



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

**Henkilöstöyrityksen laadunhallinta
lyhytaikaisissa tapahtumatuotannoissa**

Case Event Stars

Elina Lindroos

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (240 op)

Toukokuu / 2018

www.humak.fi

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Kulttuurituotanto

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Elina Lindroos	Sivumäärä 58 ja 7 liitesivua
Työn nimi Henkilöstöyrityksen laadunhallinta lyhytaikaisissa tapahtumatuotannoissa case Event Stars	
Ohjaava(t) opettaja(t) Minna Hautio	
Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja Event Stars	
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tavoitteena on kehittää henkilöstöyritys Event Starsin laadunhallintaa lyhytaikaisissa tapahtumatuotannoissa. Työssä kartoitettiin, millä keinoilla yritys voi parantaa laadunhallintaa keskittyen erityisesti tapahtumatuottajien perehdyttämiseen ja palautejärjestelmän luomiseen sekä tietosuoja ja -turva-asioihin. Opinnäytetyön tilaaja Event Stars on henkilöstöyritys, joka välittää työntekijöitään asiakasyritystensä käyttöön tietyn tuotannon ajaksi kerrallaan. Toiminta on keskittynyt erityisesti tapahtuma-alalle, mutta viime vuosina yritys on alkanut laajentaa myös muille aloille. Event Starsilla on tällä hetkellä listoillaan muun muassa tapahtuma-avustajia, promootoreita, juontajia, kauneusalan ja liikunnan ammattilaisia.</p> <p>Opinnäytetyön aineisto hankittiin haastattelemalla Event Starsin asiakkaita sekä kahdella kyselyllä ja yhteiskehittelymenetelmällä. Ensimmäinen kyselyistä suunnattiin Event Starsin tapahtumatuottajille, jotka ovat tehneet lyhytaikaisia tapahtumatuotantoja yrityksen asiakkaille. Toinen kysely lähetettiin Event Starsin listoilla oleville tapahtumatuottajille, jotka eivät ole tehneet vielä tuotantoja yrityksen kautta. Yhteiskehittelymenetelmällä luotiin Event Starsin työntekijöiden kanssa heidän käyttötarpeisiin sopivat asiakasrekisteri ja palautejärjestelmä. Tietoperustassa käsitellään laatuun, perehdyttämiseen sekä luottamuksellisuuteen ja tietosuojaan liittyvää aineistoa. Analyysin ensimmäisessä osiossa on pohdittava saatujen aineistojen perusteella, minkälainen on Event Starsin laadunhallinnan nykytilanne lyhytaikaisissa tuotannoissa sekä mitä tavoitteita ja odotuksia tuotantoihin ja tuottajiin liittyy. Toisessa osiossa tulee esille kehittämistarpeet laadunhallinnan parantamiseksi ja kolmannessa osiossa on ehdotus toteuttamissuunnitelmaksi.</p> <p>Opinnäytetyön myötä selvisi tarve laadunhallinnan kehittämiseksi, mikä tuli esiin niin Event Starsilta, heidän asiakkailtaan kuin tapahtumatuottajiltakin. Opinnäytetyön tuloksia ja lopputuotoksena syntyneitä asiakasrekisteriä ja palautejärjestelmää voivat hyödyntää vastaavanlaiset tapahtuma-alalla toimivat henkilöstöyritykset. Myös tapahtumatalot, jotka haluavat kehittää omien työntekijöiden perehdyttämistä, voivat soveltaa työn tuloksia. Opinnäytetyö pyrkii parantamaan henkilöstöyrityksen laadunhallintaa, jolla on vaikutusta moniin tahoihin. Tässä kyseisessä casessa välittömästi tapahtumataloihin sekä välillisesti tapahtumatalojen asiakkaisiin.</p>	
Asiasanat laadunhallinta, perehdyttäminen, henkilöstö, tapahtumatuotanto, tietoturva	

ABSTRACT

Author Elina Lindroos	Number of Pages 58+7
Title The Quality Management of the staffing company in short-term event productions case Event Stars	
Supervisor(s) Senior Lecturer Minna Hautio	
Subscriber and/or Mentor Event Stars	
Abstract <p>The purpose of this thesis was to collect information on the quality management of Event Stars focusing especially on the proficiency of the event producers. The work was commissioned by Event Stars, a staffing company that hires employees for their customers for a certain time period.</p> <p>The theoretical framework section explores quality management, orientation process and data protection. The data were collected through two surveys and three semi-structured interviews. Tools for Event Stars quality management, a customer database template and a feedback form, was created using co-development method.</p> <p>Three clients of Event Stars were interviewed to find out their opinions about the event producers and the quality of the short-term projects of Event Stars and what is the situation with Event Stars' orientation process right now. Surveys were sent to 16 event producers who have not yet done any projects as Event Stars' freelancer producers and to 5 producers who have already done a project.</p> <p>The data were analyzed using qualitative content analysis mainly. The analysis consists of three parts: firstly, the current state of quality management; secondly, the expectations for event producers and productions; and thirdly, based on data collected, the development needs and proposals for the implementation plan for Event Stars.</p> <p>The study results indicate that Event Stars' customers were quite satisfied with the event producers and productions but there is still a need for quality management in short-term projects.</p>	
Keywords quality management, orientation process, personnel, event production, data protection	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 CASE EVENT STARS	7
2.1 Toimintaympäristö	9
2.2 Toimintaa ohjaavat arvot	11
3 LAATU	12
3.1 Miksi laatua kehitetään	13
3.2 Laadun kehittäminen	14
3.3 Henkilöstö ja laatu	16
4 PEREHDYTTÄMINEN	17
4.1 Perehdyttämisen tavoitteet	18
4.2 Perehdyttämisen onnistuminen	19
4.3 Perehdyttämisen kehittäminen	21
5 LUOTTAMUKSELLISUUS, TIETOSUOJA JA -TURVA	22
6 MENETELMÄT	25
6.1 Kyselyt	25
6.2 Haastattelut	27
6.3 Yhteiskehittelymenetelmä	28
7 ANALYYSI	29
7.1 Nykytilanne	30
7.1.1 Perehdyttäminen	30
7.1.2 Tapahtumatuottajat	34
7.1.3 Salassapito	39
7.2 Kehittämistarpeet	40
7.3 Yhteiskehittelyn analyysi	44
7.4 Toteuttamissuunnitelma	46
7.4.1 Asiakasrekisteri	47
7.4.2 Asiakasrekisterin tietosuoja ja -turva	49
7.4.3 Palautejärjestelmä	50
8 YHTEENVETO	52
LÄHTEET	54
LIITTEET	58

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on parantaa henkilöstöyritys Event Starsin laadunhallintaa lyhytaikaisissa tapahtumatuotannoissa. Keskityn erityisesti tapahtumatuottajien pätevyyden kehittämiseen perehdyttämisen avulla ja sitä kautta tuotantojen laadun parantamiseen. Opinnäytetyössäni selvitän tulevien tapahtumatuotantojen tavoitteita ja odotuksia, joita Event Starsin asiakkaat, tuottajat sekä yritys itse asettavat niin tiedostetusti kuin tiedostamattakin. Tavoitteet sekä odotukset määrittelevät, mihin tuotannoissa tulee pyrkiä ja millä tasolla laadun tulee olla. Arvioin lisäksi laadun nykytilaa haastatteleamalla Event Starsin asiakkaita sekä lähettämällä kyselyt Event Starsin tapahtumatuottajille. Yrityksen laadun nykytilanteen sekä tuotantojen, perehdyttämisen ja tietosuojan sekä -turvan tavoitteiden pohjalta selvitän kehittämistarpeet.

Opinnäytetyön lopputuotos pyrkii perehdyttämisen, palautejärjestelmän sekä tietosuojan kautta vaikuttamaan positiivisesti tuotantojen laatuun ja sitä kautta parantamaan asiakastyytyväisyyttä. Konkreettisena lopputuotoksena syntyy mallipohja asiakasrekisterille sekä palautelomake, joiden kehittämisessä hyödynsin yhteiskehittelymenetelmää. Asiakasrekisterin avulla perehdyttämisprosessi systematisoituu ja vie jatkossa vähemmän resursseja Event Starsilta. Vastaavasti palautelomakkeen avulla kerätään tietoja perehdyttämisen ja tuotantojen onnistumisesta, josta pystytään tekemään johtopäätöksiä perehdyttämisen nykytilasta ja jatkamaan sen kehittämistä. Pohdin opinnäytetyössäni myös, miten tietosuoja sekä -turva-asiat tulee hoitaa, kun käyttöön otetaan asiakasrekisteri.

Tuotantojen laatuun vaikuttavat merkittävästi niin tapahtumatuottajien tieto, taito kuin asenteetkin ja tapahtumatuotantoihin perehdyttämisellä on iso rooli tuotantojen onnistumisessa. Event Stars on vastikään laajentanut toimintaansa myös tapahtumatuottajien välittämiseen. Vaikka perehdyttäminen on vain yksi monista vaihtoehdoista, miten henkilöstöä voi kehittää (Heinonen & Järvinen 1997, 148), nousee se Event Starsin tapauksessa tärkeäksi kehittämisen kohteeksi muun muassa tämän uuden aluevaltauksen vuoksi. Lisäksi työntekijät ovat yrityksen tärkein voimavara, joten heihin ja heidän osaamiseen halutaan panostaa

(Event Stars 2018a). Laadukkaalla perehdyttämisellä varmistetaan työntekijöiden asianmukainen toiminta (Kangas 2003, 5).

Henkilöstöyrittäjä Event Starsin toiminta on laajentunut viime vuosina voimakkaasti. Yrityksen palkkalistoilla on tällä hetkellä noin parituhatta tapahtuma-alan osaajaa. Asiakkaita on tullut lisää, ja Event Stars pyrkii vastaamaan yhä moninaisempiin asiakkaidensa tarpeisiin, minkä seurauksena he ovat välittäneet työntekijöitään myös muun muassa toimisto- ja muuttoavuksi. (Säilä 2018.) Tällä hetkellä Event Starsilla on listoillaan tapahtuma-avustajia, promootoreita, juontajia, myyjiä, kauneusalan ja liikunnan ammattilaisia (Event Stars 2018b). Uutena osa-alueena Event Stars on laajentanut tapahtumatuottajiin. Event Starsilla on asiakkaina tapahtumataloja, jotka suunnittelevat omien asiakkaidensa kanssa tapahtuman, mutta vuokraavat Event Starsilta tuottajan tekemään heille konkreettisen tuotannon tai auttamaan tuotannossa. (Säilä 2017). Tuotannot ovat useimmiten olleet messuosastoja ja yritystapahtumia. Jotta asiakkaat saavat käyttöönsä sitä osaamista, jota Event Stars heille lupaa, tulee tapahtumatuottajien saada tähän tarvittava perehdytys. Tapahtumien tuottamiseen tarvitaan erilaista panostusta ja osaamista kuin promootioihin, joten tuottajille tarvitaan erilainen perehdyttäminen kuin monille muille työntekijöille. Tuottajat toimivat Event Starsin asiakkaan nimissä tehdessään tuotantoa, joten heidän täytyy tietää asiakkaasta sekä näiden käytänteistä, kuten siitä, ketkä ovat kyseisen asiakkaan yhteistyökumppaneita (mt. 2017).

Henkilöstöyrittäjien listoilla työskenneltäessä työn tilaaja, projektit ja tehtävät vaihtuvat usein, joten perehdytyksiä harvemmin ehditään hoitaa kasvotusten. Uusi työtehtävä myös saatetaan aloittaa toisinaan kuukauden, toisinaan alle vuorokauden varoajalla, joten perehdyttämisprosessi on tehtävä sujuvammaksi resurssien säästämiseksi ja laadun varmistamiseksi. Tuotannoista ei ole myöskään kerätty järjestelmällisesti palautetta eri osapuolilta (Säilä 2017). Palautteen kerääminen on tärkeää jatkuvan kehittämisen kannalta.

Työn merkityksellisyys, hyvä hallinta, haasteellisuus, tavoitteet, palkkiot ja työympäristö vaikuttavat siihen, miten työntekijä on motivoitunut, mikä taas vaikuttaa työssä viihtymiseen ja lopulta laatuun (Viitala 2003, 134). Event Starsin tilanteessa näillä tekijöillä ja työntekijöiden kokeman laadun huomioimisella on

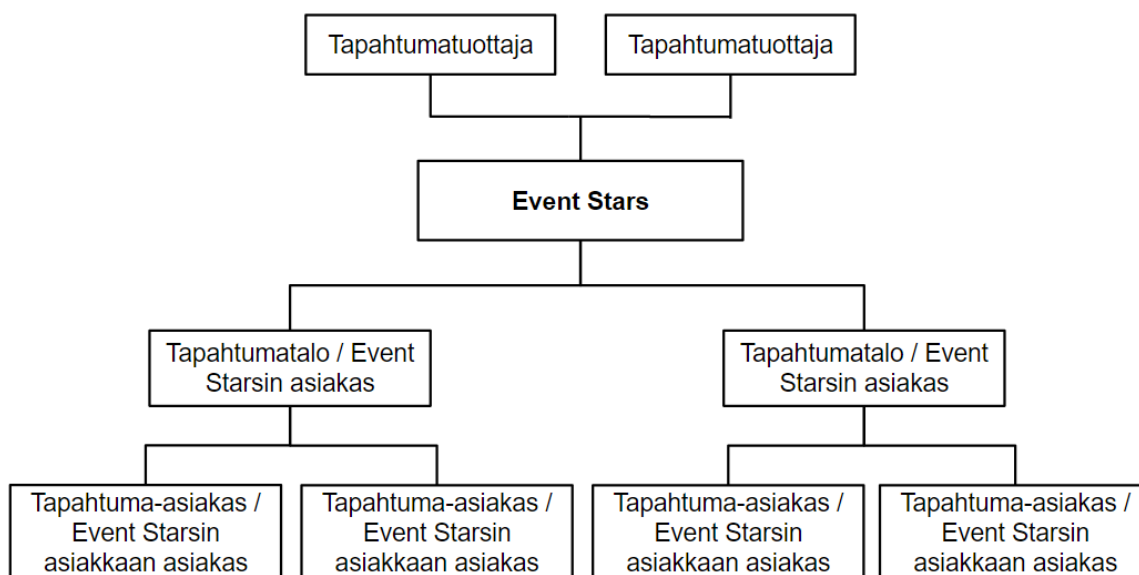
suuri merkitys tuotantoihin. Opinnäytetyössäni olen kuitenkin rajannut kyseiset asiat pois ja keskittynyt enemmän tapahtumataloasiakkaiden kokemaan laatuun. Kyseinen aihe olisi potentiaalinen seuraavalle opinnäytetyölle. Lisäksi opinnäytetyössäni en luonut kokonaisvaltaista perehdytysopasta, koska sellainen on Event Starsilla jo olemassa. Se on yleisopas, jossa kerrotaan yritykseen liittyvät asiat kuten palkanmaksu. Kyseinen opas on vasta päivitetty ja sopiva myös uusille tuottajille, jotka tulevat Event Starsin listoille. Tämän takia rajaan perusasiat pois perehdyttämisestä ja käsittelen opinnäytetyössäni vain erityisesti tuottajien perehdyttämistä, jota he tarvitsevat pystyäkseen toimimaan tapahtumatalon tuottajana.

Olen itse tehnyt töitä henkilöstöyrityksissä keikkaluontoisesti noin viisi vuotta. Töistä suurin osa on ollut promootioita, joissa perehdyttämisen taso on vaihdellut. Osalle keikoista on ollut ennakoon koulutus, mutta suurimmassa osassa olen saanut sähköpostitse tiedot kyseisestä tuotteesta tai palvelusta ja mitä tarvitaan keikan hoitamiseksi. Yleensä kyse ei ole kovin isosta infopaketesta, mutta kaikki tarpeelliset asiat ovat selvinneet eikä lisäkysymyksiä ole juurikaan ollut. Kun infopaketin on lukenut, pyydetään kuittausta, mutta muuten luotetaan, että promoottori on lukenut ja sisäistänyt ohjeet. Nyt, kun Event Stars laajentaa tapahtumatuottajiin, joiden harteilla on enemmän vastuuta ja joilta odotetaan enemmän, tulisi perehdyttämiseen panostaa eri tavalla.

2 CASE EVENT STARS

Event Stars on henkilöstöyritys, joka vuokraa työntekijöitään asiakasyritystensä käyttöön tietyn tuotannon ajaksi kerrallaan. Toiminta on keskittynyt erityisesti tapahtuma-alalle, mutta viime vuosina yritys on alkanut laajentaa myös muille aloille. Asiakkaina on tapahtumataloja, mainos- ja mediatoimistoja sekä muita yrityksiä, jotka ovat hankkineet edustajia tapahtumiin ja messuille (Event Stars 2018c). Event Stars on vuonna 2010 perustettu aputoiminimi, joka on haarautunut Sport Troops nimisestä yrityksestä. Sport Troops tuottaa liikuntapalveluita yrityksille sekä liikuntatapahtumia alihankkijana tapahtumatuotantoyhtiöille (Sport Troops 2018).

Event Starsissa on aina tehty sitä, mikä on ollut yrityksen ydintiimin sydäntä lähellä ja erilaisia uusia aluevaltauksia on vuosien aikana kokeiltu rohkeasti. Event Starsin Head of Operations Nea Säilä (2018) sanoo, että vaikka heidän toimintansa kasvaa, tarkoituksena ei ole esimerkiksi lähteä tuottamaan tapahtumia vaan laajentaa vuokrausta muille toimialoille sekä ulkomaille. Event Stars on juuri lanseeraamassa myös päiväkotien sijaistoimintaa sekä viime aikoina laajentaneet toimintaansa Baltian maihin ja Ruotsiin. Yritys haluaa pysyä ajan tasalla ja tällä hetkellä muun muassa digitalisoituminen vaikuttaa yritykseen suuresti. (Säilä 2018).



Kuvio 1: Event Starsin sidosryhmät

Event Starsin välittömiä asiakkaita ovat tapahtumatalot, jotka vuokraavat työntekijöitä yritykseltä. Välillisiä asiakkaita ovat tapahtumatalojen asiakkaat, joiden tapahtumia tuottajat tuottavat. Säilän (2017) mukaan alalla ei ole muita yrityksiä, jotka välittävät tuottajia ja tuottajaosaamista tapahtumataloille, joten ilmiö on kohtalaisen uusi. Tulevaisuudessa henkilöstövuokrausilmiö kasvaa mahdollisesti myös tapahtumatuotannon kentällä, joten opinnäytetyöstä voi olla hyötyä alalla jatkossakin.

2.1 Toimintaympäristö

Event Starsin, kuten muidenkin henkilöstövuokrausyritysten, liikeideana on vuokrata työntekijöitä tuottaakseen voittoa. Työnantaja vuokraa työntekijän korvausta vastaan ulkopuolisen tahon käytettäväksi. Keskeisinä osapuolina ovat vuokratyöntekijät, yritykset, jotka käyttävät työvoimaa, yritykset, jotka välittävät työvoimaa sekä ammattiliitot. (Viitala, Vettensaari & Mäkipelkola 2006, 10–14) Vuokratöiden määrä on lisääntynyt huomattavasti erityisesti 2000-luvun alusta lähtien (Kauhanen 2010, 35; Viitala ym. 2006, 126). Työvoiman vuokraus alkoi Suomessa 1960-luvulla, mutta vasta 1990-luvulla sen käyttö yleistyi. Tulevaisuudessa vuokratöiden määrän ennustetaan lisääntyvän ja levittäytyvän uusille aloille. (Viitala ym. 2006, 126.) Etenkin 2018 alkuvuodesta voimaan astunut laki työttömyysturvan aktiivimallista vaikuttaa vuokratöiden määrän kasvuun.

Vuokratyö on herättänyt paljon keskustelua ja jakanut mielipiteitä viime vuosina. Lähtökohtaisesti lainsäädäntö on sama kuin muillakin työntekijöillä. Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry:n ja Ammattiliitto Pro ry:n vuokratyöoppaassa (Lehto & Salonen 2018) todetaan kuitenkin, että käytännössä vuokratyöntekijöiden tilanne työpaikoilla ei ole joka paikassa yhtä hyvä. Yleisiä ongelmakohtia ovat heikko käsitys työelämän normeista, velvollisuuden jakautuminen käyttäjä- ja vuokratyöntekijöille sekä vuokratyöntekijöiden perehdyttäminen.

Siitä huolimatta vuokratyövoiman käyttö kuitenkin kasvaa monella alalla, koska erityisesti henkilöstöresursseihin kaivataan joustavuutta. Nykyään on pyrkimykseenä, että vakituista henkilöstöä on määrällisesti mahdollisimman vähän, ja siltä vaaditaan muun muassa joustavuutta, mukautumiskykyä, nopeutta, asiakaskeskeisyyttä sekä yhteistyökykyä. (Viitala 2003, 46.) Työvoimaa halutaan käyttää säästeliäästi, tilapäisesti ja riskittömästi, jonka seurauksena vuokratöiden osuus on kasvanut. Erityisesti työvoimaa vuokrataan sesonkiaikoina, lyhytaikaisiin projekteihin tai kun on puutetta tilapäisistä työntekijöistä. (Viitala ym. 2006 11–14.) Vuokratyöntekijöitä on helpompi palkata ja heistä on helpompi päästä eroon, kustannuksia pystytään hallitsemaan helpommin, rekrytointi on riskittömämpää ja töihin saa hankittua juuri sellaisia henkilöitä ja erityisosaamista, jota tietty työ vaatii. Vakituisten työntekijöiden töiden jatkuminen pystytään varmistamaan huolimatta siitä, onko hiljaisempi kausi. (Mt., 127.)

Myös vuokratyöntekijöiden keskuudessa mielipiteet työstä vaihtelevat. Osa työntekijöistä kokee työn tuovan joustavuutta ja mahdollistavat töiden tekemisen esimerkiksi opintojen ohella, kun taas toiset tekevät työtä, kun ei ole muuta vaihtoehtoa. (Viitala ym. 2006.) Vuokratyölle on tyypillistä, että vuokratyösuhteen alkaessa työntekijä harvemmin tietää tarkasti, mihin hän menee töihin. Hänelle voi tulla työmahdollisuuksia, joista keskustellaan ensin vuokrausyrityksen kanssa. Vuokrausyritys tarjoaa sopiville listoillaan oleville henkilöille käyttäjäyrityksen työkeikkaa tai laittaa siitä haun. Lopulta käyttäjäyritykselle joko lähetetään suoraan työntekijä tai hän valitsee muutamasta vaihtoehdosta sopivan työntekijän. (Mt., 63–65.) Vuokratyösuhteen alkaessa työntekijän pitää perehtyä kahteen yritykseen, työnantajayritykseensä sekä yritykseen, johon menee suorittamaan työtehtävänsä. Aina, kun työntekijä aloittaa uudessa käyttäjäyrityksessä, tulee hänen perehtyä kyseisen yrityksen käytänteisiin ja työhön. (Mt., 70.) Vuokratyöntekijöiden perehdyttämistä koskee työturvallisuuslaki (738/2002):

Työn vastaanottajan on ennen työn aloittamista riittävän tarkasti määriteltävä vuokratyön edellyttämät ammattitaitovaatimukset ja työn erityispiirteet sekä ilmoitettava ne vuokratyöntekijän työnantajalle. Tämän on ilmoitettava työntekijälle edellä tarkoitetuista seikoista ja erityisesti varmistettava, että vuokratyöntekijällä on riittävä ammattitaito, kokemus ja sopivuus suoritettavaan työhön. Työn vastaanottajan on erityisesti huolehdittava työntekijän perehdyttämisestä työhön ja työpaikan olosuhteisiin, työsuojelutoimenpiteisiin sekä tarvittaessa työsuojelun yhteistoimintaa ja tiedottamista sekä työterveyshuoltoa koskeviin järjestelyihin. (Työturvallisuuslaki 738/2002.)

Event Starsin välittämästä työstä erityisesti tapahtumatuottajien työtä määrittelee vahvasti myös asiantuntijuus. Tapahtumatuottajat vuokrataan tekemään Event Starsin asiakkaiden tuotantoja, jolloin asiakkaat olettavat saavansa töihin alan osaajia ja asiantuntijoita. Asiantuntijuutta vaaditaan nykyään monissa eri ammateissa ja käsite onkin arkipäiväistynyt (Kjelin & Kuusisto 2003, 18). Työ sisältää paljon analysointia ja ongelmanratkaisua, organisaatio tuottaa uutta tietoa ja on erityisen riippuvainen kyseisestä henkilöstöstä (Sipilä 1996, 23). Myytävä tuote on henkilökohtainen erityisosaaminen ja tietotaito, jolloin yksilölliset taidot korostuvat (Ketola 2010, 18). Erityisen tärkeää asiantuntijayritykselle

on, että laatu on hyvää. Kun asiakas luottaa työntekijään ja yritykseen, että ongelma ratkaistaan, he käyttävät kyseisen yrityksen palveluita jatkossakin ja yritys menestyy. (Ahrnell & Nicou 1990, 17–19.)

Jotta laatu voi olla hyvää, asiantuntijayrityksen täytyy tuntea asiakkaansa ja ymmärtää ammattikenttää. Asiakastuntemukseen kuuluu perusteellisen tiedon hankkiminen asiakkaasta ja asiakkaan liiketoimintatilanteen ymmärtäminen. Lisäksi asiantuntijayrityksessä on tärkeää tuntea myös asiakkaan asiakas. (Ahrnell & Nicou 1990, 137–138.) Tiimi ja verkostoituminen ovat keskeinen osa perehdyttämistä entistä sosiaalisemman työympäristön vuoksi. Perehdyttämisessä asiantuntijatehtäviin korostuvat myös itsenäisyys ja omatoimisuus, verkostojen tunteminen ja aiempien kokemusten hyödyntäminen. (Ketola 2010.) Asiantuntijaorganisaatiossa työntekijän aito innostus työtä kohtaan on merkittävä tekijä laadunhallinnassa. Esimiehet ja kollegat voivat vaikuttaa innostukseen esimerkiksi palkitsemalla, luomalla tavoitteita sekä hyvillä työvälineillä ja tiedon kululla. (Pesonen 2007, 31.)

Asiantuntijapalveluiden luonteelle on tyypillistä, että etukäteen ei tiedetä, mikä on tarkalleen ottaen lopputulos, kun asiantuntija palkataan ratkaisemaan ongelma tai hoitamaan jokin tehtävä (Ahrnell & Nicou 1990, 25). Asiakkaalle voi siitä huolimatta luoda turvallisuuden tunnetta ja vahvistaa suhdetta kommunikaatiolla (mt., 107). Asiakas tekee johtopäätöksiä asioista, joita näkee, kun tapaa työntekijän ensimmäistä kertaa. Monet asiat viestittävät siitä, minkälainen työntekijä on, ja nämä vaikuttavat siihen, minkälaisen käsityksen asiakas saa työntekijästä, onko hän asiantuntija vai ei. (Mt., 118–119.)

2.2 Toimintaa ohjaavat arvot

Event Starsin ydintarkoitus on edistää asiakkaidensa menestystä tarjoamalla heille parhaita mahdollisia työntekijöitä. Yritys pyrkii siihen, että asiakkaat voivat luottaa saavansa ammattitaitoista henkilökuntaa. Työntekijät työskentelevät vuokrattuna asiakkaan nimen alla, joten työntekijöihin pitää pystyä luottamaan tärkeissä tilanteissa. Event Starsin yksi tärkeimmistä arvoista on tarjota asiakkaille kokonaisvaltaista ja yksilöllistä asiakaspalvelua. Suhde jokaiseen asiak-

kaaseen on uniikki ja jokaiselle asiakkaalle pyritään tarjoamaan juuri se, mitä he tarvitsevat. Joskus asiakkaalle vuokrataan ainoastaan työntekijöitä, joskus heille tehdään koko tuotanto. (Event Stars 2018a.)

Työntekijät ovat Event Starsille tärkein voimavara, jota ilman yritys ei tulisi toimeen. Events Stars haluaa osoittaa, että he pitävät huolen henkilökunnastaan ja varmistavat, että kaikki työntekijät saavat ansaitsemansa palkan ja edut huolimatta siitä, että henkilöstövuokrauksen kentällä kuulee toisinaan työntekijöiden laiminlyönnistä. (Event Stars 2018a.)

Tärkeänä periaatteena on, että mikään ei ole mahdotonta. Yritys haluaa luoda asiakkaille turvallisuuden tunteen, että heihin voi luottaa. Jos asiakas tarvitsee äkillisesti lisää työntekijöitä, Event Stars tekee kaikkensa auttaakseen asiassa. Yritys pyrkii vastaamaan pyyntöihin nopeasti ja toimimaan muutenkin joustavasti. Työntekijöille painotetaan, että Event Starsin arvot tulee muistaa aina työtehtävissä ollessaan. (Event Stars 2018a.)

3 LAATU

Kaikki tuotteen tai palvelun ominaisuudet suhteutettuna asiakkaan sekä tiedostettuihin että tiedostamattomiin odotuksiin, vaatimuksiin ja tottumuksiin vaikuttavat siihen, kuinka laadukkaana asiakas tuotteen tai palvelun kokee (Pesonen 2007, 36). Näkemykseen tuotteen tai palvelun laadusta vaikuttaa muun muassa virheettömyys, asiakaslähtöisyys, suorituskyykyisyys ja tasapainoisuus (Andersson, Hiltunen & Villanen 2004, 14; Lumijärvi & Jylhäsaari 1999, 50). Laadun käsitteeseen voidaan sisällyttää koko toimintaprosessi ja myös yrityksen sidosryhmät, ei pelkästään, kuinka laadukas lopputulos on (Lecklin 2006, 17). Toisin sanoen laatuun vaikuttaa kaikki, mitä yritys tekee (Ahrnell & Nicou 1990, 96). Vaikka Event Starsin tuottajan toteuttama tapahtuma olisi lopulta hyvin onnistunut ja välillinen asiakas olisi tyytyväinen, ei se tarkoita vielä sitä, että välitön asiakas eli tapahtumatalo olisi täysin tyytyväinen. Heidän näkemykseen, kuinka laadukas palvelu on, vaikuttaa vahvasti koko prosessi ja esimerkiksi työntekijöiden pätevyys.

Asiakkaat ja kilpailijat ovat keskeisimmät yrityksen toimintaa määrittelevät tekijät. Tasaväkisiä kilpailijoita on nykyään useita ja asiakkaat ovat yhä kriittisempiä ja laatumietoisempia, kun on varaa valita. Tämä on ajanut yritykset kehittämään toimintaansa järjestelmällisemmin ja kokoaikaisesti osana yritysten arkea. (Viitala 2003, 45.) Yritysten jatkuva kilpaileminen markkinoilla on johtanut siihen, että omaan ydinosaamiseen panostetaan yhä enemmän ja mahdollisesti muita toimintoja ulkoistetaan. Sen seurauksena laatuun on alettu kiinnittää entistä enemmän huomiota. (Andersson ym. 2004, 11.) Tuotetut tapahtumat vaikuttavat niin Event Starsiin, tapahtumataloon kuin sen asiakkaaseenkin. Tämän takia on myös keskeistä, että Event Starsilta vuokrattu työntekijä pystyy omalta osaltaan suoriutumaan laadukkaasti tehtävästä ja vastaamaan odotuksiin, joita tapahtumatalo heille asettaa.

3.1 Miksi laatua kehitetään

Laatu vaikuttaa niin markkinoihin, kannattavuuteen kuin yritykseen sisäisesti. Hyvän laadun ansiosta laatumarkkinat pystytään pitämään alhaisina, mikä vaikuttaa kannattavuuteen. Asiakastyytyväisyys kasvaa ja se auttaa säilyttämään vanhat asiakkaat sekä hankkimaan uusia. Kilpailuedun saavuttaminen, markkinajohtajuus, yrityskuvan kohoaminen, reagointikyky muutoksiin, joustavuus sekä hyvä henkilöstö ja imago ovat seurasta kannattavuuden ja laadun yhdistelmästä pitkäjänteisessä toiminnassa. (Lecklin 2006, 24–25.)

Asiakastyytyväisyys on tärkein syy sille, miksi laadun kehittämistyötä tehdään (Pesonen 2007, 15). Yritykset ovat asiakaskeskeisempiä ja asiakkaiden tarpeet muodostavat perustan laadulle (Lecklin 2006, 17). Asiakaslähtöisyys on erittäin tärkeää, kun käytetään vuokratyövoimaa. Vuokratyöyrityksen tulee tietää, minkälaisen henkilön asiakas tarvitsee tehtävään. Kun asiakas voi luottaa, että he saavat aina sopivia henkilöitä töihin, voi yritysten välille syntyä kumppanuussuhde. (Viitala ym. 2006, 58–59.)

Sähläämisen vähentäminen tuotannon prosesseissa on toinen syy laadun kehittämiseen (Pesonen 2007, 15). Asiakastyytyväisyys ja prosessin sujuvuus muo-

dostavat laadun (Lumijärvi & Jylhäsaari 1999, 50). Jos yritys ei täytä laatuvaatimuksia ja odotuksia, syntyy kustannuksia. Laatua voidaan mitata asetettuja vaatimuksia ja todellisuutta vertaamalla. Huono laatu vaikuttaa yrityksen kannattavuuteen ja usein myös loppupuleissa yrityksen liiketoimintaan. (Andersson ym. 2004, 55.)

Anderssonin, Hiltusen ja Villasen (2004, 30) teettämässä tutkimuksessa oli yrityksen johtoasemassa olevilta henkilöiltä kysytty, missä asioissa he ovat viimeisen kolmen vuoden aikana panostaneet laatuun yrityksissään. Tutkimuksen mukaan eniten yritykset olivat panostaneet asiakastarpeiden, -odotusten ja -toiveiden selvittämiseen ja toiseksi eniten henkilöstön ammatillisen osaamisen kehittämiseen. Asiakasvaatimusten täyttäminen, henkilöstön osaamisen kehittäminen sekä laatuongelmien ja virheiden vähentäminen olivat johdolta, laatu-päälliköiltä sekä henkilökunnalta kysyttäessä merkittävimmät tekijät laadun kehittämisessä. Motivaation kehittämistä ja ylläpitoa pidetään erityisen tärkeänä erityisesti asiantuntijaorganisaatioissa (Pesonen 2007, 67). Tutkimuksessa selvitettiin myös sitä, mihin asioihin laadun kehittäminen vaikuttaa. Tärkeimpinä vaikutuksen kohteina nousivat esille asiakastyytyväisyys, tuotelaatu ja prosessien suorituskky dokumentoinnin ja työntekijöiden kehitysprojekteihin osallistumisen ohella (Andersson ym. 2004, 24).

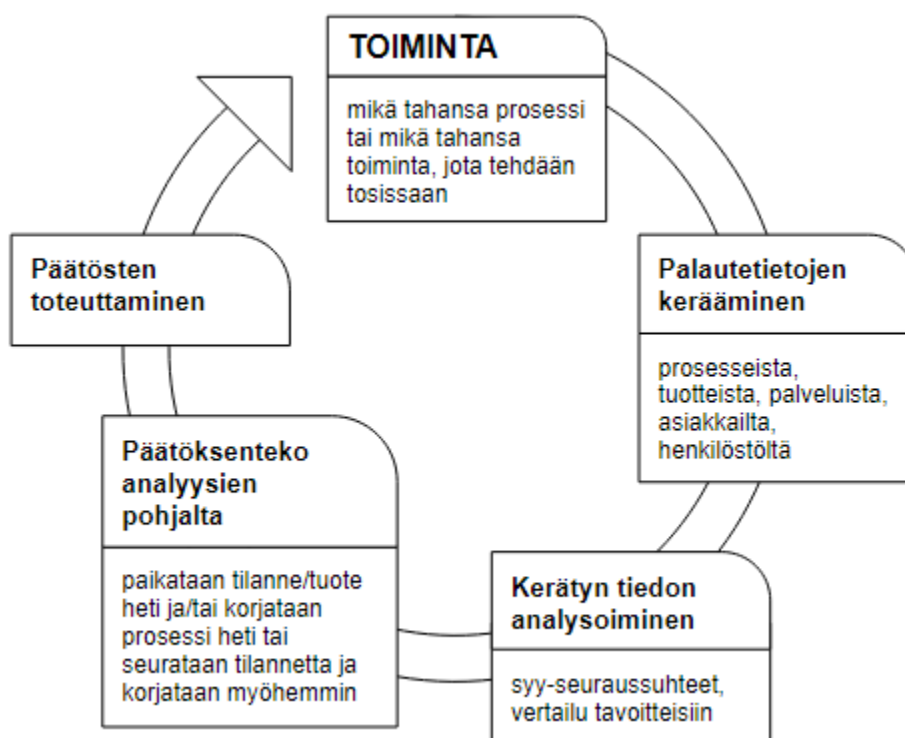
Sähläys, turha työ ja etsimiset olivat yritysten laatu-päälliköiden näkökulmasta merkittävimmät laatu-kustannuksien aiheuttajat. Toisena tuli korjaava työ ja kolmantena alihankkijoiden virheet. (Andersson ym. 2004, 59.) Tuottajien perehdyttämisen parantamisella pyritään vaikuttaa juuri muun muassa siihen, että ylimääräisen sähläyksen ja tietojen etsimisen sekä turhan työn osuus jäisi mahdollisimman vähäiseksi. Jos tuottaja ei ole tarpeeksi pätevä, on riskinä, että tapahtumatalo joutuu auttamaan tuottajaa työssään, jolloin tehokkuus kärsii ja tavoite, jonka takia tuottaja on vuokrattu, ei toteudu.

3.2 Laadun kehittäminen

Jotta laatua pystytään ylläpitämään tai kehittämään, tulee yrityksen tuntea asiakkaansa. Asiakkaiden tarpeet, toiveet, vaatimukset, odotukset ja arvot selvite-

tään parhaiten henkilökohtaisella tapaamisella. (Lecklin 2006, 60.) Etenkin Event Starsin tilanteessa on tärkeää, että asiakkaiden tiedot ovat ylhäällä, koska tietoja asiakkaista pitää pystyä jakamaan yksittäisille tuottajille. Helposti ylläpidettävään asiakastietojärjestelmään voi kirjata esimerkiksi asiakkaan nimen ja osoitetiedot, yhteyshenkilöt, tietoja toimintaympäristöstä sekä muita tärkeitä tietoja, jotka liittyvät asiakassuhteeseen (Lecklin 2006, 100–101). Lisäksi laadun kehittämiseksi täytyy olla tieto siitä, mitkä ovat tavoitteet, mikä on nykytilanne ja mitkä ovat menetelmät (Lillrank 1998, 41).

Laadunhallintajärjestelmä on työkalu, jolla laatua hallitaan. Järjestelmään kuuluu, että prosesseista, tuotteista tai palveluista kerätään palautetietoja, kerättyä tietoa analysoidaan ja analysoinnin pohjalta tehdään päätöksiä sekä toteutetaan niitä. (Pesonen 2007, 53.) Laadunhallinnassa palautteen keruu ja sen analysoiminen on erittäin tärkeää. Laadunhallinnan tulisi olla koko organisaatiolle toimintatapa ja kehittämisen jatkuvaa ja jokapäiväistä. Prosesseille tulee antaa resursseja ja näkyvyyttä yrityksessä ja jokaiselle työntekijälle tarvittava tuntemus. (Lecklin 2006, 65.) Saadun palautteen lisäksi asiakkaan tyytyväisyydestä laatuun kertoo se, valitseeko hän saman palvelun uudelleen, maksaako siitä pyydetyn hinnan ja keskittääkö mahdollisesti hankinnat samalle palveluntuottajalle (Lillrank 1998, 182).



Kuvio 2: Laadunhallintajärjestelmä, mukailten Pesonen 2007, 52

Laadun kehittämiseen kuuluu olennaisena käsite laatujohtaminen. Sen tarkoituksena on varmistaa, että organisaatio käyttää parhaita mahdollisia menettelytapoja ja myös kehittää niitä jatkuvasti (Lillrank 1998, 126). Laadunjohtaminen käsittää laadun tavoitteet, mittaamisen ja parantamisen, sekä sitoutumisen siihen, että laatua parannetaan ja ylläpidetään (Andersson ym. 2004, 24). Laadun kehittämisessä voidaan käyttää myös erilaisia laaturakenteita. Laaturakenteita ovat esimerkiksi bechmarking, itsearviointi, jatkuva parantaminen, laaturakenteiden kriteerit ja Six Sigma. (Mt., 69.)

Monissa suomalaisissa yrityksissä on laaturakenteita käytössä. Yleinen ongelma laadun kehittämisessä on ennemminkin aika. Yrityksissä ei ole aikaa hoitaa asioita, joissa tiedetään olevan ongelmia. (Andersson ym. 2004, 97.) Event Starsilla koetaan, että myös heillä ajanpuute vaikuttaa perehdyttämisen panostamiseen. Uusia toimeksiantoja voi tulla todella pikaisellakin varoitusajalla, jolloin perehdyttämistä ei ehditä hoitaa tilanteen vaatimalla tavalla. Kaikkien tuottajien kasvotusten perehdyttäminenkin ei aina onnistu tiukkojen aikataulujen puitteissa.

3.3 Henkilöstö ja laatu

Henkilöstö, joka on motivoitunut, koulutettu ja työhönsä harjaantunut tekee varmemmin laadukasta työtä kuin henkilöstö, joka ei ole mitään näistä. Henkilöstö tulee nähdä voimavarana ja tärkeänä elementtinä laadun kannalta, koska lopullinen laatu syntyy yhteistyöstä. (Lecklin 2006, 213–214; Viitala 2003, 10.) Jotta yritys pärjää tulevaisuudessa, tulee henkilökunnalla olla oikeat tietotaidot. Tämän takia henkilöstön kehittäminen on tärkeä osa laadunhallintaa. (Lecklin 2006, 57.) Huono laatu ja osaamattomuus näkyvät välittömästi yrityksen toiminnassa (Viitala 2003, 10). Event Starsin tilanteessa perehdyttäminen voi olla hyvinkin iso tekijä tuotannon onnistumisen kannalta. Kun tapahtumatuottaja on perehdytetty tehtävään hyvin ja hänellä on oikea tietotaito, tapahtumat tuotetaan tehokkaasti ja vastaamaan asiakkaan vaatimuksia. Organisaation laatuun vaikuttaa huomattavasti yksilöiden laatu (Pesonen 2007, 229).

Uuden työntekijän perehdyttäminen, kehityskeskustelut, oma vastuu, koulutus, ammattipätevyys ovat kaikki tärkeitä, kun puhutaan henkilöstön osaamisen kehittamisestä ja sitä kautta laadun parantamisesta (Lecklin 2006, 224–225). Tapahtumatuottajat, jotka kohtaavat asiakkaita, muokkaavat omalta osaltaan yrityksen ulkoista kuvaa. Asiakaspalveluhenkilöiden tulee tuntea palvelu, yrityksen laatupolitiikka sekä arvomaailma ja Event Starsin tapauksessa tulee tuntea niin Event Starsin kuin tapahtumatalonkin käytännöt. Kommunikointi, omaaloitteisuus, taito kuunnella asiakasta, tilanteiden ennakointi ja riskien ehkäiseminen ovat tärkeitä ominaisuuksia. (Mt., 118.)

Projektin lopputulos riippuu sen heikoimmasta lenkistä, joten jokaisen on tärkeää ymmärtää, miten oma työ vaikuttaa kokonaisuuteen. Kyky ottaa vastuuta ja hallittuja riskejä vaikuttaa myös laatuun. (Lecklin 2006, 215.) Yksilöllä tulee todennäköisesti tulevaisuudessa olemaan yhä enemmän edellytyksiä vaikuttaa projektien laatuun, kun valtuudet kasvavat. Henkilön pätevyyteen vaikuttaa sekä hänen kykynsä asian hoitamiseksi että hänen halunsa saada asia hoidettua. Kyvykkyys taas rakentuu muun muassa henkilön tiedoista, kokemuksesta, arviointikyvystä, valmiuksista ja yhteyksistä, kun taas halukkuus määräytyy itseluottamuksen, sitoutumisen ja motivaation perusteella. (Ahrnell & Nicou 1990, 153.) Tiedoista, taidoista ja kokemuksesta muodostuu asiantuntemus, mutta myös arvot ja asenteet määrittelevät vahvasti ihmisen osaamista (Kauhanen 2010, 148). Oman pätevyyden kehittäminen lähtee aina yksilöstä itsestään, mutta yritys on kuitenkin se, jonka tulisi rohkaista ja luoda edellytykset kehitykselle (Ahrnell & Nicou 1990, 156).

4 PEREHDYTTÄMINEN

Perehdyttäminen on tärkeä osa jokaista yritystä. Monet yritykset myös kokevat sen tärkeäksi, mutta siitä huolimatta se usein suoritetaan rutiininomaisesti eikä panosteta tarpeeksi (Ketola 2010, 101). Aina, kun yrityksessä tapahtuu muutoksia, esimerkiksi yritykseen rekrytoidaan uusi henkilö tai vanha työntekijä vaihtaa uuteen työtehtävään, tarvitaan perehdyttämistä (Kangas & Hämäläinen 2007, 3). Perehdyttämistä on tutustuminen niin yritykseen, työyhteisöön kuin itse työ-

hön ja työtehtäviin. Työhön tutustumiseen kuuluu muun muassa työn odotuksiin, omaan vastualueeseen, työtehtäviin ja turvallisuusohjeisiin perehtyminen. Yrityksestä tulee uudelle työntekijälle kertoa sen toiminta-ajatus, liikeidea, toimintaperiaatteet, toimintatavat ja työpaikan ihmiset, kuten asiakkaat, työtoverit ja esimiehet. (Kangas & Hämäläinen 2007, 2; Kangas 2003, 4.)

Perehdyttäminen erilaisiin tuotantoihin ja asiakkaisiin on iso osa Event Starsin arkea. Tapahtumatuottajien tähän mennessä tehdyt tuotannot ovat kestäneet pääasiassa kymmenestä tunnista reilun kuukauden projekteihin. Aina, kun tapahtumatuottaja alkaa työskennellä uuden projektin kanssa, hänet tulee perehdyttää kyseiseen tehtävään ja tuotantoon. Jos samalla asiakas vaihtuu, tulee perehdyttää myös kyseisen yrityksen taustoihin.

4.1 Perehdyttämisen tavoitteet

Perehdyttämisen tavoitteena on, että työntekijä pystyy tekemään itsenäisesti töitä mahdollisimman nopeasti sen jälkeen, kun on aloittanut uudessa paikassa (Kangas & Hämäläinen 2007, 1; Viitala 2003, 259). Työntekijä hallitsee työn paremmin ja työtahti muuttuu tuottavammaksi ilman, että laatu kärsii. Perehdyttämisen avulla sopeutuminen työhön ja työyhteisöön sujuu paremmin. (Ketola 2010, 70; Kjelin & Kuusisto 2003, 9.) Kun työntekijä näkee oman työnsä osana organisaation toimintaa, auttaa se motivoitumaan työhön, joka taas vaikuttaa tuottavuuteen (Heinonen & Järvinen 1997, 143).

Kaiken kaikkiaan perehdyttäminen vaikuttaa pidemmällä aikavälillä moniin yrityksen liiketoimintaan liittyviin asioihin. Hyvin suoritettuna perehdyttämisestä saa tiedot ja taidot, joita tarvitsee työn tekemiseen. Virheitä ei satu yhtä paljon, vaan asiat oppii tekemään nopeasti oikein ja turvallisesti, jolloin myös tapaturmariski pienenee ja varmistetaan organisaation toiminnan laatu. Samalla säästyy kustannuksia, kun ei tarvitse selvittää sekaannuksia ja korjata virheitä. Perehdyttäminen vaikuttaa myös suhtautumiseen työtä ja työyhteisöä kohtaan ja kaikki nämä vaikuttavat samalla myös perehdytettävän motivaatioon ja jaksamiseen työssä sekä sitoutumiseen osaksi työyhteisöä. Ensivaikutelmalla on tärkeä asema myönteisen asenteen luomisessa. Huono perehdyttäminen saattaa pi-

demmän päälle vaikuttaa myös poissaoloihin ja työntekijöiden vaihtuvuuteen sekä yrityskuvaan. Esimerkiksi harjoittelijoiden huono perehdyttäminen vaikuttaa siihen, kuinka yrityksessä työskentely nähdään, ja haluaako sinne hakea vielä valmistuttuaan. (Kangas & Hämäläinen 2007, 4–5; Lepistö 2004, 56–57.)

Tuotannot, joihin Event Starsilta on vuokrattu tuottajia, ovat olleet lyhytaikaisia. Lyhytaikaisuuden takia perehdyttämisen tulisi olla prosessina sujuva ja tuottajien tulisi oppia asiat nopealla aikataululla. Koska tuotannot tehdään Event Starin tapahtumatalo-asiakkaan nimissä, on erittäin tärkeää, että virheitä tulisi mahdollisimman vähän ja lisäkustannuksilta säästytäisiin.

4.2 Perehdyttämisen onnistuminen

Perehdyttäminen voidaan jakaa osatekijöihin, jotka kaikki vaikuttavat siihen, kuinka perehdyttäminen lopulta onnistuu:

1. perehdyttämisen tavoitteellisuus
2. prosessin suunnitelmallisuus
3. selkeä perehdyttämistyön ja vastuiden jako organisaation sisällä
4. toimiva vuorovaikutus
5. verkostoituminen
6. kannustus ja tuki
7. seuranta. (Ketola 2010, 116–117.)

Jotta organisaatiossa voidaan varmistaa onnistunut perehdyttäminen ja rekrytoinnista olevan lopulta hyötyä eikä haittaa, on valmiiksi luotu perehdyttämisprosessi avainasemassa. Asiat, kuten perehdyttämisohjelma, hyvä työympäristön tuki, nimetty perehdyttäjä, etukäteen sovitut aikataulut, perehdyttämisen seuranta ja yrityksen arkipäivän toimivat käytännöt vaikuttavat perehdyttämiseen positiivisesti. (Ketola 2010, 118–119.) Onnistuneeseen perehdyttämiseen vaikuttaa myös se, että kumpikin osapuoli, uusi työntekijä sekä yritys, tietävät, mihin rooliin uusi henkilö on tulossa. Työnantajayrityksen tulisi ymmärtää, että ennen perehdyttämistä uusi työntekijä ei voi tietää vielä riittävästi yrityksestä. Työntekijän on ymmärrettävä yrityksen tavoitteet, toimintatavat ja strategiat, koska toimintaa ohjaa voimakkaasti yrityksen taloudellinen tulos. Panostaminen

perehdyttämiseen koettiin myös vaikuttavan perehdyttämisen onnistumiseen. (Mt., 116–117.)

Yleisiä syitä siihen, miksi perehdyttäminen takkuaa niin monissa yrityksissä, on muun muassa perehdyttämisen puute, väärät asenteet, esimiesten väsymys, kiireellinen aikataulu ja se, että yritetään perehdyttää liian paljon asioita liian nopeasti (Ketola 2010, 153). Perehdyttämisen hyötyjä saatetaan usein vähätellä, eikä yrityksessä ole selkeästi määritelty henkilöä, joka hoitaa uusien tulokkaiden perehdyttämisen (Kjelin & Kuusisto 2003, 242). Event Starsilla ajanpuute sekä perehdyttämisen epäselkeyden ja niukkuuden on havaittu olevan merkittävimpiä syitä takkuamiseen (Jämsen & Pakarinen 2018).

Perehdyttäminen tulee aloittaa jo ennen ensimmäistä varsinaista työpäivää. Useimmiten jo hakijoita haastatellessa kerrotaan työpaikasta ja työstä. Kun henkilölle ilmoitetaan valinnasta, keskustellaan työsuhteeseen liittyvistä asioista. Oheismateriaalit, kuten tervetuloa taloon -opas, auttavat perehdyttämisprosessissa ja nopeuttavat sitä. Asioihin voi tutustua itsenäisesti etukäteen, eikä tärkeitä asioita unohdu käydä läpi. (Ketola 2010, 108–109.) Event Starsin lyhytaikaisten tuotantojen takia perehdyttäminen tulisi aloittaa tai perehdyttämismateriaali antaa hyvissä ajoin ennen tuotannon alkua. Kun on etukäteen sisäistänyt yrityksen toimintatavat, on helpompi ja nopeampi aloittaa tuotanto. Aina se ei ole mahdollista lyhyellä varoajalla tulleiden toimeksiantojen takia.

Perehdyttämisen toteutumista ja asioiden oppimista tulisi seurata, jotta voi varmistaa niiden onnistumisen. Apuna käytetään muun muassa tarkistuslistoja, kysymyksiä ja keskusteluita. Palautteen anto puolin ja toisin on tärkeää arvioidessa, miten perehdyttäminen on mennyt sekä oppimisen ja ammattitaidon kehittämiseksi. (Kangas & Hämäläinen 2007, 17–18.) Palautteen saaminen sekä työntekijältä että asiakkaalta on Event Starsilla tärkeää, jotta projektin päätyttyä tiedetään, miten projekti todellisuudessa meni.

Hiljaisen tiedon välittäminen uudelle työntekijälle on koettu haasteena. Perehdyttäjän kiireet ja omat projektit aiheuttavat usein sen, että kaikki hiljainen tieto ei välttämättä siirry. Töiden tekeminen yhdessä tiimin tai kollegan kanssa todettiin olevan tehokas tapa siirtää tietoa ja kokemusta uudelle työntekijälle. Myös

verkostoituminen, yrityksen sisäinen intranet tai keskustelupalstat, aktiivinen tiedon tarjoaminen sekä erilaiset tilaisuudet ja opastukset parantavat tiedon siirtämistä. Intranetin kautta kaikki voivat saada samansisältöisen perehdyttämismateriaalit samanaikaisesti ja ne toimivat myös keskustelualustoina, joissa on helppo kysyä ja löytää tietoa. (Ketola 2010, 99–109.) Vuokratyöntekijät tekevät pääosin itsenäisesti projekteja eivätkä välttämättä ollenkaan tapaa kollegojaan samassa tilanteessa. Jotta he voivat jakaa kokemuksiaan ja hakea vertaistukea, on yhteinen keskustelualusta tehokas keino.

Perehdyttäminen pitäisi aina soveltaa sopivaksi perehdytettävän mukaan. Tiedot ja taidot, fyysiset ja psyykkiset ominaisuudet, oppimistyyli, asenteet sekä motivaatio ovat erilaisia eri henkilöillä. (Kangas & Hämäläinen 2007, 13.) Lyhytaikaisten työntekijöiden perehdyttämisen tulisi usein tapahtua nopeasti. Oheismateriaalit, selkeät ohjeet ja huolellinen ennakoivaltautuminen säästävät aikaa (mt., 11). Perehdyttämisessä on hyvä ottaa huomioon myös tiedostamaton kommunikointi. Tiedostamatonta kommunikointia voivat olla esimerkiksi myöhästymiset, virheelliset tai epäselvät tiedot, välinpitämätön pukeutuminen tai muiden asiakkaiden tai kilpailijoiden arvostelu. Kaikki signaalit kertovat työntekijästä ja yrityksestä sekä heidän ammattitaidostaan. (Ahrnell & Nicou 1990, 105.)

Tärkeä osa perehdyttämistä on myös sen seuranta. Keskustelun avulla saadaan selvitettyä tulokkaan kokemus työstä ja asetettua uusia kehittymistavoitteita. Myös perehdyttämisen toimivuudesta tulee saada tietoa esimerkiksi kyselylomakkeella, jotta voidaan arvioida kokonaisuudessaan perehdyttämisen onnistuminen. (Kjelin & Kuusisto 2003, 246.)

4.3 Perehdyttämisen kehittäminen

Kun perehdyttämistä lähdetään kehittämään, tulee ensin selvittää, mikä perehdyttämisen tilanne on tällä hetkellä, mikä on hyvää ja missä on erityisesti parannettavaa (Lecklin 2006, 52–53; Kangas & Hämäläinen 2007, 25). Jotta asiakastytyytyväisyyttä ja näin laatua voidaan parantaa, tulee selvittää asiakkaan näkemys eri toimintoihin (Lecklin 2006, 106).

Kun tärkeimmät kehittämistarpeet ovat selvillä, määritetään kehittämistavoitteet, joita verrataan lähtötilanteeseen. Jos lähtötilanne jää paljon tavoitteiden tasosta, on kyseistä aluetta tarve kehittää. Kun kehittämiskohde on päätetty, sovitaan toimenpiteistä: kuka hoitaa, mitä hoitaa ja mihin mennessä. Tämän jälkeen kehittämisohjelma toteutetaan. Koko toteuttamisajan ohjelmaa tulee seurata, jotta projekti etenee suunnitellusti. Lopuksi vielä arvioidaan ohjelman onnistuminen ja miten tavoitteet saavutettiin. (Kangas 2003, 25.)

Pelkkä perehdyttäminen ei kuitenkaan auta työntekijää sitoutumaan työhön ja tekemään sen laadukkaasti. Työ täytyy myös kokea mielekkääksi. Työn merkityksellisyys, hyvä hallinta, haasteellisuus, tavoitteet, palkkiot ja työympäristö vaikuttavat kaikki siihen, miten työntekijä on motivoitunut. Se vaikuttaa osaltaan työssä viihtymiseen ja siten lopulliseen laatuun. (Viitala 2003, 134.) Event Starsin tilanteessa näiden tekijöiden huomioiminen on tapahtumatalojen mielipiteiden huomioimisen ohella erittäin tärkeää. Event Starsin tulee huolehtia, että myös tapahtumatuottajat ovat tyytyväisiä ja pysyvät heidän listoillaan työntekijöinä sekä ottavat tuotantoja vastaan ja tekevät niitä.

5 LUOTTAMUKSELLISUUS, TIETOSUOJA JA -TURVA

Yhä useampi kuluttaja on huolissaan, miten henkilötietoja käsitellään sähköisessä liiketoiminnassa. Siitä huolimatta suomalaiset rekisterinpitäjät suhtautuvat tietosuojaan jopa välinpitämättömästi. Henkilötietoja kerätään ja käsitellään yhä enemmän, minkä vuoksi tietosuojan huomioimisen tarve on kasvanut. Tietosuojalainsäädännön tehtävänä on suojata henkilötietonsa luovuttanutta sekä suojata hänen oikeuksiaan tietoihinsa. Rekisterinpitäjille tietosuojalainsäädäntö asettaa velvollisuuksia. (Salminen 2009.) Tietosuojaa koskeva yleislaki on henkilötietolaki:

Henkilötietolain tarkoituksena on toteuttaa yksityiselämän suojaa ja muita yksityisyyden suojaa turvaavia perusoikeuksia henkilötietoja käsiteltäessä sekä edistää hyvän tietojenkäsittelytavan kehittämistä ja noudattamista. (Henkilötietolaki 523/1999.)

Tietosuojan piiriin kuuluu myös laki sähköisestä viestinnästä:

Lain tarkoituksena on turvata sähköisen viestinnän luottamuksellisuuden ja yksityisyyden suojan toteutuminen sekä edistää sähköisen viestinnän tietoturvaa ja monipuolisten sähköisen viestinnän palvelujen tasapainoista kehittymistä. (Sähköisen viestinnän tietosuojalaki 516/2004.)

Toukokuussa 2018 aletaan soveltaa uutta EU:n asettamaa tietosuojalakia. Tietosuojalaki koskettaa yrityksiä, joissa käsitellään henkilötietoja eli käytännössä uuden tietosuojalain piiriin kuuluvat kaikki yritykset. Laki asettaa velvoitteita yrityksille ja laajentaa ihmisten oikeuksia omiin henkilötietoihinsa. Yritysten tulee ottaa velvoitteet ja oikeudet huomioon maine-, vahingonkorvaus- ja sanktioriskien uhallla. Lisäksi yritysten tulee pystyä osoittamaan uuden asetuksen noudattaminen esimerkiksi dokumentoinnilla, tietoturvajärjestelmien käytöllä, tietosuojaperiaatteiden ja -toimenpiteiden kirjaamisella, asianmukaisilla sopimuksilla sekä rekisteröidyille informoimisella. (Laakko 2017.) Tämä tarkoittaa muun muassa sitä, että jokaisella asiakasrekisterillä täytyy olla rekisteriseloste. Asiakkailta tulee aina pyytää suostumus tietojen käsittelyyn ja samalla heille tulee antaa mahdollisuus jättäytyä kokonaan pois rekisteristä. Tietosuojavastaava on nimettävä jokaiseen yritykseen joka käsittelee arkaluontoista tietoa. Lisäksi tietojen käsittelystä, suojauksesta ja elinkaaresta tulee olla ohjeistus. (Kontio 2017.) Uuden asetuksen myötä yritys voi saada kilpailuetua. Tietosuojasetus mahdollistaa uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja sitä noudatettaessa rakentaa myös luottamusta asiakkaisiin. (Laakko 2017.) Sähköisessä liiketoiminnassa on erittäin tärkeää, että yrityksellä on asiakkaiden luottamus, jotta asiakkaat uskaltautuvat luovuttaa tietoja yritykselle (Salminen 2009, 21).

Tietosuojan rinnalla on käsite tietoturva, joka koostuu tiedon luottamuksellisuudesta, eheydestä ja saatavuudesta. Luottamuksellisuus tarkoittaa sitä, että tietoon pääsevät käsiksi vain ne henkilöt, joiden on tarkoituskin. Jos tietoa käsittelee henkilö, jolla ei ole oikeuksia tietoon, luottamuksellisuus kärsii. (Järvinen 2002, 22.) Luottamuksellisen tiedon turvaamiseen liittyvät muun muassa salassapitosopimukset, joilla varmistetaan usein esimerkiksi työsuhteiden alussa, ettei luottamuksellisia tietoja voi levittää ja käyttää. Luottamukselliseksi tiedoksi

lasketaan henkilölle paljastettu tai muuten siirtynyt tieto, joka liittyy esimerkiksi liiketoimintaan, asiakkaisiin tai hintoihin. (Vanhanen 2018.) Jos työntekijä käyttää jotain luottamuksellista tietoa hyödykseen tai ilmaisee tiedon ulkopuolisille, voi rangaistukseksi saada sakon.

Luottamuksellisuuteen liittyy käsite todentaminen, jolla varmistetaan, että käyttäjä on aito ja valtuutettu pääsemään tietoihin käsiksi. Jotta henkilö voidaan todentaa, hänellä on oltava jokin ominaisuus, jota muilla ei ole. Todennukseen on kolme mahdollisuutta. Yksilöllisten ominaisuuksien kuten äänen ja käsialan perusteella voidaan tunnistaa henkilö. Esine, kuten avain tai henkilökortti on toinen, mutta heikohko todennuskeino, koska niitä voidaan väärentää. Kolmantena todennuskeinona on tieto. Tieto voi olla esimerkiksi salasana, jota ulkopuolisten tahojen ei kuuluisi tietää. (Järvinen 2002, 22.)

Tiedon eheys käsittää sen, ettei tiedon sisältöä pysty muokkaamaan luvatta, kuten esimerkiksi virukset tekevät, kun taas tietojen saatavuus liittyy tietojärjestelmiin ja niiden toiminnan varmistamiseen. Aina kun tietoa halutaan käyttää, koneiden tulee toimia. Tietoturva edellyttää vielä pääsynvalvonnan ja kiistämättömyyden periaatteet. Pääsynvalvonta pitää huolta, että tietoihin pääsevät vain todennetut henkilöt ja kiistämättömyys liittyy erityisesti sähköiseen kaupankäyntiin, kun pitää voida todistaa ostotapahtuma. Pääsynvalvontaa ovat esimerkiksi tietojen käytön seuranta ja lokitiedostot. Henkilöstä, joka on avannut ja muokannut tietoa, jää jälki lokitiedostoihin. (Järvinen 2002, 22.)

Jotta tietojen luottamuksellisuus säilyy, se riippuu paljon myös työntekijöistä. Henkilöstöyrityksenä Event Starsin tulisi kiinnittää erityisesti huomiota myös siihen, ovatko työntekijät luotettavia ja noudattavatko he solmittuja sopimuksia luottamuksellisista asioista. Event Starsin lisäksi yrityksen asiakkaiden tulee voida luottaa tapahtumatuottajiin täysin, koska he saavat paljon luottamuksellista tietoa tuotantoja tehdessään. Luottamus vaikuttaa oleellisesti laadunhallintaan. Luottamukseen liittyvissä tutkimuksissa on todettu, että kustannussäästöt, työntekijöiden suoritukset, yrityksen maine sekä asiakkaan ja sidosryhmien tyytyväisyys ovat seurausta hyvästä työpaikalla vallitsevasta luottamuksesta. (Forssén 2017.)

6 MENETELMÄT

Käytin opinnäytetyössäni kahta kyselyä, kolmea puolistrukturoitua haastattelua sekä yhteiskehittelyä aineistonhankintamenetelminä. Analysoin aineistot teemoittain. Etsin haastatteluissa ja kyselyissä esiin tulleita samoja teemoja ja lajitelin niitä omien aihepiirien alle analyysiluvussa.

6.1 Kyselyt

Ensimmäisen kyselyn avulla pyrin kartoittamaan perehdyttämisen nykytilanteen, ovatko kyselyyn vastanneet henkilöt olleet tyytyväisiä perehdyttämiseen, kuinka paljon kokemusta heillä on ja minkälaisia tuotannot ovat olleet. Lisäksi selvitin, onko projekteissa annettu minkäänlaista palautetta puolin ja toisin jatkokehittämisen kannalta. Kysely oli suunnattu henkilöille, jotka ovat jo toimineet tapahtumatuottajina Events Starsin asiakkaan lyhytkestoisissa projekteissa. Kyselyn luomisen aikoihin kyseisiä Event Starsin kautta välitettyjä tapahtumatuottajia oli vasta viisi kappaletta. He tekevät lähes päivittäin töitä myös Events Starsin toimistolla ja ovat yrityksen vakituista henkilökuntaa. Vastauksia kyselyyn sain neljältä henkilöltä. Kyseisistä henkilöistä yksi on koulutukseltaan kulttuurituottaja, kaksi restonomia ja yksi kauppatieteiden maisteri. Kokemusta alalta on vaihtelevasti, yhdelle vastanneista alle yksi vuosi ja yhdellä yli seitsemän vuotta. Myös Event Starsille tehtyjen tuotantojen määrä vaihtelee yhdestä tuotannosta yli seitsemään tuotantoon. Tuotannot ovat olleet pääosin messuosastoja ja yritystapahtumia.

Toinen kysely oli henkilöille, jotka Event Stars on jo haastatellut ja katsonut sopiviksi toimimaan tapahtumatuottajina asiakkaidensa projekteissa, mutta eivät vielä ole tehneet yhtään projektia. Henkilöt kuuluvat Events Starsin tuottajapooliin, mikä tarkoittaa sitä, että kun uusia projekteja tulee, tuottajapoolista valitaan sopiva ja halukas henkilö tekemään kyseinen projekti. Tuottajapoolissa oli kyselyn lähettämisen hetkellä kuusitoista henkilöä. Vastauksia sain kolmelta henkilöltä. Tuottajapoolilaisille suunnatussa kyselyssä selvitin, minkälaista kokemusta

heillä on alasta ja mikä on heidän motivaatiotekijänsä tehdä lyhytaikaisia projekteja Event Starsin kautta vuokrattuna. Lisäksi kysyin, mitkä asiat he kokevat tärkeiksi asioiksi perehdyttämisessä.

Toteutin kyselyt Google Forms –ohjelmalla. Molempiin kyselyihin vastattiin sähköpostilinkkien kautta. Linkit lähetettiin tilaajan sähköpostista, jota kautta myös muistutettiin useampaan kertaan kyselyyn vastaamisesta. Koska kyselyiden perusjoukot olivat pieniä, oli luonnollista, että kyselyt lähetettiin kaikille asianosaisille eli käytin kokonaisotantaa. Vaikka kyselyvastauksia sain vain neljä kappaletta, on edustavuus siitä huolimatta hyvä ja tieto on näin luotettavaa. Mahdollisia vastaajia oli vain viisi kappaletta, joten 80% henkilöistä vastasi. Koska tuottajapooliin voidaan valita uusia tuottajia milloin vain, vastaajat tulevat lähitulevaisuudessa edustamaan vain pientä osaa tuottajista, jotka toteuttavat Event Starsin asiakkaiden tapahtumia.

Kvantitatiivisilla menetelmillä voi saada laajan tutkimusaineiston, joka on usein luotettavaa ja helpommin yleistettävämpää tietoa kuin kvalitatiivisilla menetelmillä (Ojasalo, Moilanen & Ritalehto 2015, 121). Toteuttamissani kyselyissä vastaajamäärät olivat kuitenkin niin pienet, että aineistoa on vaikea yleistää. Yhdelläkin vastauksella on huomattavan iso merkitys kyselystä saatuun aineistoon. Kyselyn tuloksista ei voida siis tehdä tarkkoja johtopäätöksiä, vaan arvioida tuloksia suuntaa antavasti. Pienestä vastaajamäärästä huolimatta toteutin aineistonkeruun tuottajilta kyselynä, jotta he vastaisivat mahdollisimman realistisesti ja saisin luotettavaa tietoa. Tiedon luotettavuuteen vaikuttaa myös se, että kyselyn kohderyhmään kuuluivat tuotantoja jo tehneet tuottajat, joten he olivat asiantuntijoita kyseisessä aiheessa. Ensimmäisen kyselyn tuloksiin voi jossain määrin vaikuttaa kuitenkin myös se, että osa henkilöistä on vakituksessa työsuhteessa Event Starsilla. He ovat voineet saada toimistolla mahdollisesti paremman tai heikomman perehdytyksen kuin muut henkilöt ja voivat nähdä perehdytyksen eri näkökulmasta ja eri tavalla kuin kokonaan ulkopuolelta tulevat tuottajat. Tuottajapoolilaisista vastasi vain kolme kuudestatoista, joten hajontaa voi olla enemmän, mitä kysely antaa ymmärtää. Tämän kyselyn tulokset eivät kuitenkaan vaikuta lopputulokseen yhtä merkittävästi kuin ensimmäisen kyselyn tulokset. Sekä tuottajapoolilaisten että tuotantoja tehneiden määrä tulee kasvamaan lähiaikoina, joten kysely ei ole välttämättä kauaa ajankohtainen.

Kyselyillä oli kuitenkin tarkoitus kartoittaa juuri tämän hetken tilanne, johon se soveltui hyvin.

Kysely on tehokas tapa kerätä tietoa isommalta määrältä ihmisiä ja erityisesti määrällistä tietoa tuotettaessa kyselyt ovat toimiva menetelmä. Saatu tieto on kuitenkin usein pinnallisempaa kuin haastatteluista. (Ojasalo ym. 2014, 121.) Tuottajille suunnatuissa kyselyissä halusin saada selville sekä määrällisiä että laadullisia asioita, mikä vaikutti osittain siihen, että päädyin kyselymenetelmään. Lisäksi kysymykset olivat kohtalaisen yksiselitteisiä ja helposti ymmärrettäviä, joten niihin oli helppo vastata kyselylomakkeella eikä väärinymmärryksiä todennäköisesti tullut.

6.2 Haastattelut

Toiseksi aineistonkeruumenetelmäksi valitsin puolistrukturoidun haastattelun. Haastattelin yhteensä kolmea Event Starsin tärkeää asiakasta, kahta toimitusjohtajaa ja yhtä yksityistä elinkeinonharjoittajaa. Asiakkaat ovat kaikki tapahtumatuotantotaloja, jotka ovat tehneet Event Starsin kanssa jo useamman vuoden yhteistyötä. Ensin Event Stars on vuokrannut heille promootio- ja tapahtumatyöntekijöitä, josta vuokraus on laajentunut myös tapahtumatuottajiin asiakkaiden tarpeiden kasvaessa ja muuttuessa. Selvitin haastatteluissa, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat olleet tapahtumatuottajiin ja perehdyttämiseen, jonka tuottajat ovat saaneet sekä mitä odotuksia heillä on niin tuottajia, tuotantoja kuin perehdyttämistä kohtaan. Haastatteluista saatuja tuloksia hyödynnän arvioioidessa, millä tasolla laadun pitäisi olla, jotta täytetään asiakkaiden odotukset ja tarpeet ja asiakkaat ovat tyytyväisiä. Lisäksi arvioin, kuinka paljon perehdyttämisessä on parantamisen varaa, jotta päästään tälle tasolle.

Haastattelu on tyypillinen laadullinen menetelmä ja keino saada jostakin suppeasta aiheesta enemmän tietoa (Ojasalo ym. 2014, 106). Puolistrukturoidussa haastattelussa on tietyt etukäteen valitut teemat ja kysymykset. Kysymykset voi kuitenkin esittää eri järjestyksessä, matkan varrella voi esittää tarkentavia kysymyksiä tai jotain kysymyksiä voi jättää välistä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75.) Haastattelussa pyritään saamaan selville haastateltavien tulkintoja asioista ja

asioiden merkityksiä (Hirsjärvi & Hurme 2001, 48). Äänitin kaikki haastattelut haastattelijoiden suostumuksella, jotta pystyin haastattelutilanteessa keskittymään haastatteluun ja jälkeensä analysoimaan haastattelut tarkasti. Analysointivaiheessa kirjoitin kaikki haastattelut ylös ja jaottelin asioita otsikoiden alle sekä vertailin kunkin asiakkaan vastausta samaan kysymykseen. Lisäksi vertailin kyselyiden vastauksia haastatteluihin.

Kaksi asiakkaista oli tutustunut kysymyksiin etukäteen, yksi ei. Jotta haastattelusta voi saada mahdollisimman paljon tietoa etukäteen, kannattaa haastattelukysymykset antaa haastateltaville etukäteen (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73). Haastateltaessa huomasi eron siitä, oliko kysymykset nähty etukäteen vai ei. Näin ollen myös kysymysten järjestys hieman vaihteli eri asiakkailla ja lisäksi esitin tarvittaessa tarkentavia kysymyksiä. Olin varannut haastatteluihin aikaa tunnin. Kaksi haastatteluista oli Event Starsin toimistolla ja yksi asiakkaan luona.

Koska aineistohankintamenetelmien avulla keräämäni aineisto on eri osapuolilta, tapahtumatuottajilta sekä tapahtumataloilta, on tieto kattavaa ja näiden perusteella tehtyjä johtopäätöksiä yhdessä Event Starsin näkemysten kanssa voidaan pitää luotettavina.

6.3 Yhteiskehittelymenetelmä

Yhteiskehittelymenetelmä on tavoitteellista yhteistyötä ihmisten välillä (Aaltonen, Hytti, Lepistö & Mäkitalo-Keinonen 2016). Menetelmälle on ominaista, että siihen osallistuvat eri toimijat, joita asia koskettaa ja erityisesti kehittämiseen osallistuu palvelun käyttäjä. Yhteiskehittely on prosessi, joka rakentuu vaiheittain ja lopulta siitä hyötyvät kaikki toimijat. (Metropolia 2018.) Yhteiskehittelymenetelmä on yleistynyt erityisesti yritysten kilpailun kiristyessä. Jotta lopputuotoksesta saa mahdollisimman hyödyllisen ja toimivan kaikille osapuolille, tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen on alettu ottaa asiakkaita, henkilöstöä ja muita sidosryhmiä mukaa. (Aaltonen ym. 2016.)

Valitsin yhdeksi aineistonhankintamenetelmäksi yhteiskehittelyn, tavoitteena tehdä asiakasrekisteristä ja palautelomakkeesta Event Starsille sopivat työvälineet. Tein ensin valmiiksi pohjat asiakasrekisteristä sekä palautekyselystä. Jotta Event Starsille olisi niistä varmasti hyötyä ja ne olisivat valmiit käyttöönotettaviksi, tuli lomakkeet muokata juuri yrityksen tarpeisiin sopiviksi. Lomakkeiden yhteiskehittelyyn osallistuivat kaksi Event Starsin vakiotyöntekijää, jotka ovat myös itse tehneet useampia tuotantoja tapahtumataloille. He pystyivät näin ollen oman kokemuksen perusteella ja Event Starsin tarpeet mielessä pitäen arvioimaan mallipohjat. He kommentoivat pohjia ja antoivat muokausehdotuksia ajatellen niiden sopivuutta tuotantoihin, joita ovat tehneet aiemmin. Heidän mielipiteiden ja kokemuksen perusteella tein pohjiin joitakin muutoksia, jotta ne sopisivat tuotantoihin paremmin.

Palautelomakkeen luomisessa hyödynsin Kjelin & Kuusiston (2003) koostamaa lomaketta, jonka avulla voi kerätä palautetta perehdyttämisestä. Tein siitä samankaltaiset versiot sekä tuottajille että tapahtumataloille. Asiakasrekisterin luomisessa käytin pohjana Kankaan (2003) listaamia asioita, jotka tulisi perehdyttämisvaiheessa kertoa perehdytettävälle. Molemmissa tapauksissa keräsin listasta tärkeitä asioita mukaan lomakkeeseen, jonka jälkeen lisäsin kohtia muun teoriapohjan ja oman kokemukseni perusteella. Tulostin molemmat lomakkeet ja annoin kyseisille kahdelle työntekijälle arvioitavaksi. Toteutin osan tuottajien muutosehdotuksista, jotka olivat mielestäni aiheellisia.

7 ANALYYSI

Analyysi-osiossa olen nimennyt tapahtumatalo-asiakkaat kirjaimilla: asiakas X, Y ja Z. Anonymisoin asiakkaat, koska he eivät halua tuoda itseään esille opinnäytetyössä. Osa asiakkaista kertoo suoraan omille asiakkailleen käyttävänsä vuokratyöntekijöitä, kun taas osa ei kerro. Event Starsin tapahtumatuottajat tekevät tuotannon kyseisen tapahtumatalon nimissä, joten loppuasiakkaille ei välttämättä missään vaiheessa selviä, että tuotannon on tuottanut yrityksen ulkopuolinen henkilö. Yrityksen ulkopuolinen henkilö saattaa herättää tapahtumatalon asiakkaissa ristiriitaisia tunteita muun muassa siksi, että tapahtumatalot

usein mainostavat olevansa täyden palvelun taloja, vaikka todellisuudessa joi-takin osa-alueita ulkoistetaan. Tämän takia Event Starsin asiakasyritykset har-voin kertovat vuokraavansa työntekijöitä. Tämän takia myös opinnäytetyössä puhun asiakkaista anonymisti.

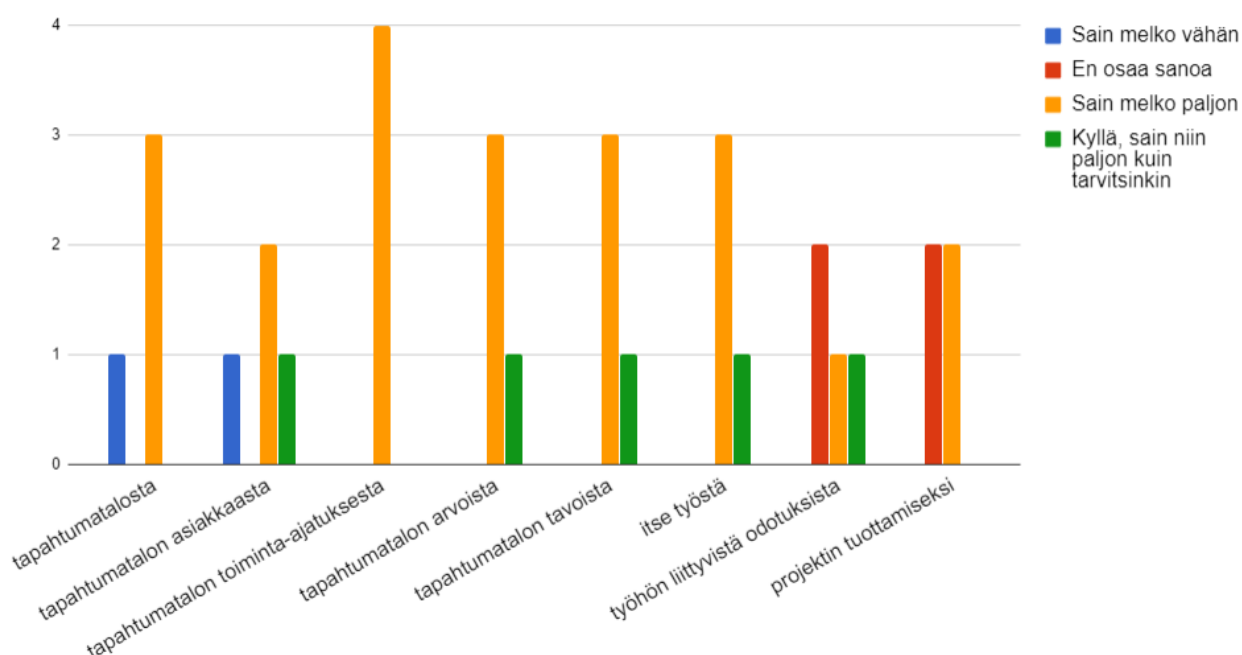
7.1 Nykytilanne

Arvioin laadun sekä perehdyttämisen tämän hetken tilanteen asiakkaiden ja Event Starsin näkemysten sekä tuotantoja tehneiden tapahtumatuottajien kyse-lyiden perusteella. Jotta tiedetään miten pitää laatu ja asiakastyytyväisyys mah-dollisimman hyvänä, selvitin asiakkaiden odotuksia tapahtumatuottajia kohtaan ja sitä mihin Event Starsin pitää asettaa tavoitteensa laadun ja perehdyttämisen osalta.

7.1.1 Perehdyttäminen

Event Starsilla koetaan, että suurin ongelma tapahtumatuottajien perehdyttämi-ssä on tällä hetkellä perehdytyksen pintapuolisuus. Useammat tuotannot tu-levat nopealla varoitusajalla, jolloin myös perehdyttäminen tehdään pikaisesti ja oleellisia asioita voi jäädä sanomatta. Kaikilla tapahtumatuottajilla ei ole vielä paljon kokemusta ja niillekin, jotka ovat tehneet jo enemmän tuotantoja, tulee usein jokaisessa tuotannossa jotain uutta. Yritys haluaa tähdätä siihen, että pe-rehdyttäminen on laadukasta ja tuottajat tuntevat hyvin asiakkaansa. Perehdyt-tämisen tulisi olla mahdollista toteuttaa tiiviissä aikataulussa kuitenkin niin, että tuottajat saavat kattavasti tietoa. (Jämsen & Pakarinen 2018.)

Kartoitin tapahtumatuottajille suunnatussa kyselyssä muun muassa sitä, kuinka hyvin he olivat perehdyttämisen pohjalta oppineet tuntemaan tapahtumatalon. Alla oleva kuvio osoittaa, miten tuottajat vastasivat kysymyksiin.



Kuvio 3: Saitko mielestäsi tarpeeksi tietoa?

Parhaiten tiedettiin itse työstä ja tapahtumatalon arvoista ja tavoista. Yksi ja sama henkilö oli sitä mieltä, että oli saanut kaiken tarvitsemansa tiedon kyseisistä asioista ja loput kolme olivat vastanneet saaneensa tietoa melko hyvin (4 asteikolla 1-5). Hajontaa oli kun kysyttiin, kuinka paljon tiesi tapahtumatalon asiakkaasta ja työhön liittyvistä odotuksista. Yleisesti perehdyttämisen onnistuminen jakoi myös mielipiteitä melko niukasta perehdyttämisestä melko kokonaisvaltaiseen, mutta kallistui selkeästi positiivisempaan päin. Kun kysyttiin yleisesti, saiko tapahtumatalosta tarpeeksi tietoa, kolme vastaajista koki, että oli saanut tietoa melko hyvin (4 asteikolla 1-5), mutta yksi olisi kaivannut selkeästi lisää tietoa (2 asteikolla 1-5). Käytetyt menetelmät perehdyttämisessä olivat olleet pääasiassa puhelimitse ja sähköpostilla. Yksi vastaajista oli perehdytetty kasvotusten. Menetelmät koettiin hyväksi keinoksi perehdyttää. Kyselyn mukaan omasta osaamisesta oli enemmän tai vähemmän hyötyä projektissa ja tuottajat tunsivat olleensa tarpeeksi päteviä projektiin. Koska asiantuntijatyön tärkein kilpailukeino on laatu, on pätevyydellä merkittävä rooli (Ahrnell & Nicou 1990, 17–19).

Perehdyttäminen koettiin tapahtumataloissa todella tärkeäksi, koska perehdyttäminen luo työntekijälle varmuutta ja turvaa tehdä töitä, sekä ymmärretään,

minkä takia tehdään ja millä tavalla. Työnantajaa helpottaa, kun tulokas oppii tekemään asiat tietyn toimintamallin mukaisesti. On turha palkata henkilöstöä, joka ei tiedä, mitä pitää tehdä. Ammattitaitoisuuden tulee välittyä koko tuotannon ajan eri vaiheissa. Jotta tuottaja myös osaa toimia oikein tietyn tapahtumatalon nimen alla eikä koe olevansa töissä Event Starsilla, tulee perehdyttämiseen panostaa. Kaksi asiakasta korosti, että tulee tulla selkärangasta, kenellä he ovat sillä hetkellä töissä ja olla kuin osa yritystä.

Kysyin asiakkailta haastattelussa, mitä mieltä he olisivat, jos heistä kerättäisiin tietoja ja tuotantoon ryhtyvä tuottaja saisi ennakkoon tiedot haltuunsa ja pystyisi niiden kautta perehtymään yritykseen etukäteen. Asiakas Y oli sitä mieltä, että kyseisenlainen asiakasrekisteri olisi todella hyvä. He ovat alun perin itse perehdyttäneet oman yrityksensä asioihin sekä heidän asiakkaaseen ja kyseiseen tuotantoon. Perehdytettävää on tällöin kuitenkin paljon ja helposti unohtuu mainita oleellisia asioita, mikä on myös yleisimpiä syitä perehdyttämisen epäonnistumiseen (Ketola 2010, 153). Aina ei ole myöskään aikaa perehdyttää kaikkia vuokratyöntekijöitä niin perinpohjaisesti kuin pitäisi, joten ennakkoon perehdyttäminen auttaisi prosessia. Ainakin asiakas Y:llä on selkeitä tiettyjä malleja, joista tuottajan olisi hyvä tietää etukäteen.

Asiakas Z oli heidän yritystietojen jakamisesta tuottajalle ennakkoon osittain samaa mieltä asiakas Y:n kanssa. Hän kommentoi, että asiakasrekisteri olisi ehdottoman hyvä, koska lähtökohta on, että pitää tietää, kenelle tehdään töitä. Se on pääasiassa toteutunutkin hyvin, mutta aina voi panostaa lisää. Asiakas Z:n mielipiteeseen voi vaikuttaa se, että heillä on ollut pääosin sama henkilö Event Starsilta tekemässä tuotannot ja kyseinen henkilö on oppinut useampia projekteja tehdessään jo tuntemaan yrityksen ja sen tavat. Asiakas Y:llä tuottajat ovat vaihtuneet enemmän muun muassa nopeiden toimeksiantojen takia eikä näin ole aina saatu samaa tuottajaa heille uudestaan. Perehdyttäminen on noussut isompaan rooliin, koska tuottajat ovat vaihtuneet useammin kuin kahdessa muussa yrityksessä. Myös asiakas Z oli kuitenkin sitä mieltä, että heidän tarinansa voisi kertoa tuottajille paremmin ja mainitsikin erikseen kehittämisehdotuksena perehdyttämiselle yrityksen ja sen tapojen paremman tuntemuksen. Lisäksi hän nosti esiin perehtymisessä apuvälineenä käytettävän kysymyspatteriston, jonka avulla tuottajat voisivat selvittää itselleen asioita tapahtumatalosta

ja tuotannosta. Asiakas X sanoi olettavansa, että hänen kanssaan aloittava tuottaja tietää, kenen kanssa hän neuvottelee ja kenen kanssa aloittaa työt, mutta perehdyttää työntekijän itse asiakkaaseensa ja tuotantoon. Asiakas X:llä on myös ollut pääasiassa sama henkilö vuokrattuna työntekijänä.

Asioita, joita asiakkaat mainitsivat tärkeiksi tietää heidän yrityksestään etukäteen, olivat muun muassa minkälaisia asiakkuuksia, tuotantoja ja toimintamalleja heillä on, miten asiakkaille esittäydytään, millä aikataululla vastataan sähköposteihin ja miten niitä hoidetaan, minkälaista dataa projekteista tulee jäädä talteen, mitä kehityskohtia, budjettiseurantaan ja jälkimarkkinointiin liittyviä asioita. Lisäksi työnjärjestys, roolitus, vastualueet, velvollisuudet ja odotukset sekä mitä varten töissä ollaan, nousivat ensisijaisina asioina esille.

Epäonnistuneista perehdyttämisestä haastateltaessa asiakas Z totesi, että on ominaista alalla, että ”tuottaja heitetään syvään päähän ja katsotaan nouseeko pintaan”. Alasta oppii vasta kokemuksen kautta, koska yrityspuolen tapahtumiin ei ole erillistä koulutusta. Tyypillistä on, että perehdyttäminen on tehty liian pikaisesti, kerralla annetaan liikaa infoa, info on puutteellista tai vanhentunutta eikä pidetä huolta, että perehdytettävä on oikeasti ymmärtänyt asian.

Event Starsilla on luotettu siihen, että työntekijät itsenäisesti lukevat perehdyttämismateriaalit. Heidän ei ole tarkoitus vahtia, että kaikki ovat aina lukeneet materiaalin, koska tuottajapooliin valitut tuottajat ovat yleensä oma-aloitteisia ja luotettavia. Useimmiten vuokratut työntekijät ovat olleet jo sen verran tuttuja Event Starsille, että heihin luotetaan. Kun perehdyttämisohjeet on luettu, saateetaan pyytää kuittausta, mutta muuten materiaalien osaamista ei varmisteta. (Jämsen & Pakarinen 2018.)

Yksi kyselyyn vastanneista tuottajista sai palautetta projektista. Palautteen tuomasta hyödystä hän oli kuitenkin epäileväinen. Kolme neljästä oli sitä mieltä, että tuotannosta oli mahdollista antaa palautetta Event Starsille ja/tai tapahtumatalolle, yksi vastasi, ettei sellaista mahdollisuutta ollut. Kaksi vastaajaa, jotka olivat antaneet palautetta, epäilivät, että heidän palautteestaan ei olisi ollut hyötyä. Yksi oli sitä mieltä, että oli hyötyä. Todennäköinen syy sille, miksi vastaajat epäilevät palautteen hyödyllisyyttä, on se, että ei tiedetä, otettiinko heidän pa-

lautteita huomioon ja tehtiinkö niiden perusteella mahdollisesti korjaavia toimenpiteitä. Laadunhallinnan kannalta palautteen keruu ja sen analysoiminen on kuitenkin ensisijaisen tärkeää (Lecklin 2006, 65).

7.1.2 Tapahtumatuottajat

Kaikki kolme asiakasta kertoivat yleisesti olevansa tyytyväisiä Event Starsin tapahtumatuottajiin ja heidän työpanoksiinsa. Yksi mainitsi, että on pääosin tyytyväinen eikä ole suurta negatiivista sanottavaa. Tuottajia kuvattiin muun muassa sanoilla osaava, innokas, halu onnistua, ymmärtää asioiden tärkeyden, hyvä asiakaspalvelija, maalaisjärki ja asenne, jotka ovat tärkeitä ominaisuuksia asiantuntijuutta vaativissa tehtävissä (Ketola 2010; Pesonen 2007, 31). Erityisesti osa-alue, jossa tuottajat olivat onnistuneet erityisen hyvin, oli asiakaspalvelulähtöinen toiminta. Asiakaspalvelulähtöisyys nousi esille keskusteluissa myös erittäin tärkeänä elementtinä alalla työskennellessä, koska Event Starsin asiakkaan asiakas maksaa niin Event Starsin asiakkaan kuin Event Starsin tapahtumatuottajankin palkan. Lisäksi yksi asiakas mainitsi, että Event Starsin tuottajilla on hyvä ymmärrys alasta ja sen toimintakentästä. Asiakkaiden mukaan hyvä tapahtumatuottaja on oma-aloitteinen, pystyy itsenäisesti ja luovasti hoitamaan tehtäviä, tuntee ammattikentän, tietää kumppaneita, joilta hankkia eri osia tapahtumaan, ymmärtää kokonaisuuksia sekä tietää vastuualueensa. Asiakas X mainitsi lisäksi, että alalla tarvitaan todella hyvä maalaisjärki, vähän perfektionismia, nopea reagointikyky ja hyvä paineensietokyky. Lisäksi koulutus on erittäin hyvä pohja, mutta itse työn oppii vasta kentällä.

Event Starsin yksi tärkeistä menestystekijöistä on asiakkaiden tarpeisiin vastaaminen nopealla aikataululla ja joustavasti. Yritys pyrkii siihen, että kaikki asiakkaan tarpeet toteutetaan, oli kyse minkälaisesta tarpeesta tahansa. Can do -asenne on yrityksessä yksi kulmakivistä. Yritys pyrkii siihen, että kaikki työntekijät antavat reippaan, itsevarman ja optimistisen kuvan asiakkaille. Kaikissa tuotannoissa on jokin uusi osa-alue, jota ei heti osaa tehdä, mutta ongelmanratkaisukykyä pidetään suuressa arvossa. (Jämsen & Pakarinen 2018.)

Asiakkaiden kommentteista nousi esille samoja asioita verrattaessa osa-alueita, jotka vaativat kehittämistä. Tekninen osaaminen nousi esille kahdella tapahtumatalolla, jotka ilmaisivat tarpeen sen kehittämiseen. Muita tuottajia koskevia kehittämiskohteita olivat laajempi tietoisuus alihankkijoista, mitä mahdollisuuksia on markkinoilla ja mitä innovaatioita maailmalla. Lisäksi mainittiin parempi tietoisuus somistusratkaisuista. Oman ammattikentän tuntemus ja ymmärtäminen ovat olennainen osa asiantuntijuutta (Ketola 2010, 75). Myös yhden tuottajan kyselyvastauksessa nousi esiin, että erityisesti tekniseen tuotantoon liittyen oli tuotannon aikana tullut uusia käytännön asioita, mikä vaikutti siihen, että hän arvioi kyselyssä työtehtävät haastavan ja helpon puolestavälistä. Kolme neljästä tapahtumatuottajasta koki, että tuotantojen työtehtävät olivat ennemminkin tuttuja ja helppoja kuin todella haastavia. Tuotantojen helppouteen vaikutti aiemmin tehdyt samankaltaiset tuotannot.

Kaksi asiakkaista mainitsi tärkeimmiksi syiksi vuokrata henkilöstöä, että he saavat erityylistä osaamista ja tietyn tyyllisen projektiin sopivan henkilön käyttöönsä. Tapahtumat ovat hyvinkin erilaisia, joten toisinaan tarvitaan henkilö, joka tietää paljon teknisistä asioista ja toisinaan henkilö, jolla on esimerkiksi erityisen hyvä englannin kielen taito. Tuottajan henkilökohtaiset intressit vaikuttavat myös paljon siihen, miten hän tuotannon hoitaa. Ala on kausiluontoista ja projektikohtaista, joten joustavuus, kustannustehokkuus ja ruuhka-aikojen helpottaminen ovat tärkeitä syitä verratessa vuokrattua tuottajaa kuukausipalkalliseen vakituiseen työntekijään. Haastatteluissa nousi esille myös se, että jos tuottaja sairastuu, Event Stars on aina hoitanut tilalle uuden tuottajan, oli tilanne mikä tahansa. Vakituisen tuottajan tilalle ei yhtä helposti saa korvaajaa.

Kaikki kolme yritystä näkivät haittapuolena sen, että vuokratut työntekijät eivät ole yhtä sisällä yrityksen arvoissa ja toimintatavoissa kuin vakituinen työntekijä. He eivät välttämättä aina ajattele, mikä on kyseiselle yritykselle ja juuri tapahtumatalolle parasta. Lisäksi kaksi mainitsi sen, että Event Starsin asiakkaat ovat usein kilpailijoita keskenään ja samat tuottajat voivat tehdä tuotantoja useammille asiakkaille ja sitä kautta lähestyä samoja asiakkaiden asiakkaita eri yrityksen nimissä, mikä voi aiheuttaa hämmennystä. Lisäksi tuotantoja tehdessä tapahtumatalo, jossa on töissä, voi tulla hyvinkin tutuksi ja tuottajalle saattaa paljastua arkaluontoisia asioita, jotka eivät saa levitä ulkopuolisille. Event Starsilla

tulee olla asiakkaidensa luottamus, jotta tuottajia siitä huolimatta hankitaan heidän kautta. Tietosuojasta sekä -turvasta huolehtiminen taas edesauttaa luottamusta (Salminen 2009, 21).

Event Stars on jakanut asiakkailleen sähköpostitiedotteen mahdollisuudesta hankkia tapahtumatuottajia. Uutta on tapahtumatuottajien jaottelu kahteen eri kategoriaan. Kategoriat ovat vastuutuottajat ja tapahtuma/projektikoordinaattori. Vastuutuottajaa kuvaillaan muun muassa koko tuotannon vastuuhenkilöksi, kun taas koordinaattori määritellään enemminkin apukätenä tuottajalle. Lisäksi sähköpostitiedotteessa Event Starsin tapahtumatyöntekijöitä ja promoottoreita kuvaillaan näin:

Superstarat toimivat vastuupromoottoriroolissa sekä haastavimmissa työtehtävissä useiden vuosien kokemuksen ansiosta. Superstaroille maksetaan korkeampaa tuntipalkkaa, joten ovat myös suhteessa kalliimpia tekijöitä tapahtumissa. Muut tapahtumastaramme ovat tarkoin valikoituja tekijöitä. Tapahtumastarasta nousee Superstara-luokkaan ainoastaan palautteen ja kokemuksen perusteella. Palautetta kerätään jatkuvasti niin asiakkailta kuin kollegoilta. (Event Stars 2017.)

Lisäksi Event Starsin nettisivuilla tapahtumatuottajia kuvailtiin sanoilla tapahtuma-ammattilaiset ja luotettava (Event Stars 2018b).

Kategorisointi sai palautetta erityisesti asiakas Y:ltä, joka kommentoi, että heille on tärkeää rehellisesti tietää, mistä maksavat. Joskus tarvitsevat sellaisen henkilön, jonka ei tarvitse osata kaikkea, mutta joskus superhyvän ammattilaisen. Hinnoittelun ja osaamisen on kuljettava käsi kädessä, mikä ei ehkä täysin toteutunut ennen kategorisoinnin käyttöönottoa. Jos Event Stars markkinoi tuottajia ammattilaisina silloin asiakkaat myös odottavat saavansa ammattilaisen käyttöönsä ja maksavansa ammattilaisen työstä. Asiakas Y sanoi myös odottavansa enemmän tapahtumatuottajilta, jotka hän vuokraa verrattuna heidän omiin kuu-kausipalkkalaisiinsa.

Tapahtumat, joita Event Starsin tapahtumatuottajat ovat tuottaneet, ovat kaikkien kolmen asiakkaan mielestä olleet onnistuneita. Asiakas Z korosti sitä, että tuottajat ymmärtävät, että tapahtumat on vietävä tinkimättömästi maaliin. Asia-

kas X sanoi, että asiakkailta on tullut paljon positiivista palautetta, mutta aina on myös kehitettävää. Asiakas Y totesi, että vähemmän ammattitaitoisen henkilön kanssa on tehtävä enemmän yhteistyötä ja häntä on opastettava enemmän, jotta tapahtuma saadaan onnistuneesti kasaan. Asiakas Y kuitenkin mainitsi myös, että vuokratessaan tapahtumatuotannon ammattilaisia he odottavat ammattilaista, joka pystyy tekemään tuotantoja itsenäisesti. Erityisosaaminen, tietotaito, itsenäisyys, verkostojen tunteminen ja aiempien kokemusten hyödyntäminen vaikuttavat kaikki siihen, kuinka ammattilaisena tuottaja nähdään (Ketola 2010, 71).

Kaikki kyselyyn vastanneet tapahtumatuottajat arvioivat, että tuotannot onnistuivat hyvin. Myös tuotannon koettiin vastanneen odotuksia, mikä perusteltiin muun muassa sillä, että briiffaus oli hyvä ja henkilö oli tehnyt samanlaisen tuotannon aiemminkin. Kuitenkaan kukaan ei vastannut, että tuotanto olisi onnistunut todella hyvin. Kun tapahtumatuottajat arvioivat tuottamiensa tapahtumien laadukkuutta asteikolla 1-5, joista yksi on ei yhtään laadukas ja 5 on todella laadukas, yksi antoi numeron kolme ja kolme arvioivat tapahtuman neljän arvoiseksi. Tuottaja, joka arvioi tapahtuman laadukkuuden numerolla kolme, perusteli valintaansa sillä, että kustannussyistä alkuperäissuunnitelma muuttui paljon. Kaksi vastaajista vastasi kysymykseen, onko jotain, mitä olisit voinut tehdä mielestäsi paremmin. Esiin nousivat viestinnän tehostaminen eri suuntiin sekä tapahtumaan liittynyt käytännön ongelma. Kaksi kolmesta vastaajasta myös arvioi, että perehdyttämisellä olisi voitu vaikuttaa tuotannon onnistumiseen.

Tapahtumia jo tehneiden tuottajien kyselystä kävi ilmi, että ennen tuotannon alkua tapahtumatuottajat kokivat olleensa suurimaksi osaksi innostuneita ja halusivat onnistua tuotannossa. Myös kunnianhimoa, itsevarmuutta ja iloa esiintyi. Tuotannon aikana selkeästi nousivat esille itsevarmuus ja turhautuminen. Turhautumista kokeneet kaksi tuottajaa olivat kuitenkin arvioineet, että he olivat täysin päteviä tuotantoon ja heidän osaamisestaan oli hyötyä tuotannossa. Perehdyttämisen toinen oli arvioinut kohtalaiseksi ja toinen melko kokonaisvaltaiseksi. Itsevarmuutta oli kokenut tuotannon aikana useampi henkilö kuin aloittaessa, kun taas innostuneisuutta kokeneiden määrä oli hieman vähentynyt. Tuotannon päätyttyä eniten esiin nousi ylpeys. Pääasiassa kaikki koetut tunteet olivat positiivissävytteisiä ja negatiivisia tunteita koettiin kyselyn mukaan vähän.

Tapahtumatuottajista löytyy selkeästi ominaisuuksia, joita tapahtumatalot hakevat, ja ne ovat olleet tyytyväisiä erityisesti tuottajien asenteisiin. Halua tehdä tuotantoja ja onnistua niissä löytyy. Tapahtumatuottajien pätevyys rakentuu kyvykkyydestä ja halukkuudesta saada asia hoidettua. Jotta työntekijä on kyvykäs, tarvitaan hyvä tietopohja, arviointikyky, hyvät valmiudet ja yhteydet sekä kokemuksia. (Ahrnell & Nicou 1990, 153.) Asiakkaiden haastattelujen mukaan tapahtumatuottajien tietopohjaa, johon lukeutuu tosiasioiden ja menetelmien tunteminen, voisi parantaa. Halukkuuteen taas vaikuttaa itseluottamus, sitoutuminen ja motivaatio (mt.,153). Tapahtumatuottajien omien arvioiden ja asiakkaiden haastattelujen perusteella halukkuutta oli.

Toinen toteutetuista kyselyistä oli suunnattu tuottajapooliin kuuluville tapahtumatuottajille. Kyselyyn vastanneet kolme henkilöä ovat 20–30 -vuotiaita kulttuurituottajia. He ovat suunnilleen samaa ikäluokkaa kuin jo tuotantoja tehneet tuottajat. Työkokemusta on alalta yhdestä seitsemään vuoteen muun muassa tuotantoassistenttina, -koordinaattorina, vastaavana tuottajana, tiedottajana ja jonkin vastualueen vastaavana. Eniten kokemusta oli tuotantoassistentin roolista, kun taas tuotantoja tehneillä kyselystä nousi esiin tuotantokoordinaattorin rooli vaikkakin vain yhdellä lukemalla muista rooleista. Yksi kolmesta tuottajapoolin tuottajasta on tehnyt freelancer-tuottajana keikkoja muissakin yrityksissä.

Selvitin kyselyssä lisäksi tapahtumatuottajien perusteita sille, miksi he ovat hakenneet Event Starsille tuottajiksi ja mitkä asiat ovat heidän mielestä tärkeitä asioita perehdyttämisessä. Työtä oli haettu pääasiassa uusien kontaktien, monipuolisten työtarjouksien ja mielenkiintoisten yritysten takia. Tapahtumatuottajien välittäminen on vasta alussa Event Starsilla eivätkä esimerkiksi sen takia kaikki tuottajapoolilaiset ole ehtineet tehdä vielä tuotantoja. Tuottajapoolissa olleelta tuottajalta nousi kuitenkin myös esille, miksi keikkoja ei ole aina otettu vastaan. Työtarjousten tuleminen päivän tai parin varoitusajalla, palkkaustaso, sekä se, kun tapahtumatalon nimeä, joka tuottajan tilaa, ei saa tietää ennen keikan vastaanottamista, ovat olleet torjuvia tekijöitä. Koska mielenkiintoiset yritykset ja uudet kontaktit olivat tärkeitä tekijät kyseisille kolmelle vastaajalle haettaessa Event Starsille, on ilmeistä, että kyseiset asiat vaikuttavat palkkaustason ohella lopulta myös työntekijöiden motivaatioon ja sitä kautta tuotantojen laatuun. Pe-

rehdyttämisessä tärkeiksi asioiksi koettiin perehdyttämisen avoimuus, perusteellisuus ja selkeys sekä ajankohtaisuus, suunnitelmallisuus ja käytännönläheisyys. Lisäksi toivottiin, että perehdyttämisessä on aikaa esittää kysymyksiä.

7.1.3 Salassapito

Tietosuoja ja -turva-asioiden tämän hetken tilannetta selvitin keskustelemalla Event Starsin Nea Säilän kanssa. Event Stars luovuttaa tapahtumatalojen tietoja ja tapahtumatalot luovuttavat usein asiakkaidensa tietoja tuottajille. Event Stars allekirjoituttaa salassapitosopimuksen samalla, kun solmitaan työsopimus. Viime aikoina myös muutama Event Starsin isompi asiakas on vaatinut salassapitosopimusta. Monikaan asiakkaista ei sitä vaadi, mutta Event Stars haluaa sen usein kirjoitettavan varmuudeksi välttääkseen konflikteja. Muita tietoturva-keinoja ei ole oikeastaan käytetty, vaan jaettaessa yksittäisille tuottajille tietoa asiakkaista myös luotetaan siihen, ettei tapahtumatuottaja levittele tietoa. (Säilä 2018.)

Kysyin haastattelussa asiakkailta heidän käytänteitään tietosuoja ja -turva-asioissa ja miten he haluaisivat heidän yritystietoja kohdeltavan. Asiakas Y sanoi, että heidän osaltaan esimerkiksi asioiden, joita he ovat perehdyttäneet tuottajilleen tai vuokratuille työntekijöilleen, on kerrottu olevan luottamuksellisia. On luotettu, että asioita ei lähdetä levittämään. Hän mainitsi sen, että asiat jäävät joka tapauksessa helposti päähän ja tiedostamatta niitä voi tahattomasti jakaa. Hänen mukaansa pahin, mitä voi tapahtua, ei kuitenkaan lopulta ole mitään hirveän pahaa.

Asiakas Z sanoi, että heillä ja asiakkaalla on keskinäisiä salassapitosopimuksia, mutta vuokrattujen työntekijöiden kanssa he eivät niitä erikseen kirjoita. Event Starsin tehtävänä on painottaa ja huolehtia, etteivät työntekijät tahallisesti levitä tietoja keskuudessaan. Asiakas X on sitä mieltä, että ihmiset eivät ota vakavasti salassapitosopimuksia. Jos hänen asiakkaansa vaatii, voidaan tuottajan kanssa kirjoittaa sopimus erikseen, mutta tuottajat harvoin käsittelevät hänen yritysseensä tai asiakkaaseen liittyviä arkaluontoisia tietoja.

7.2 Kehittämistarpeet

Asiakkaiden kommenttien ja tapahtumatuottajien kyselyarvioiden mukaan mitään hälyttävää ei laadunhallinnassa tai perehdyttämisessä Event Starsilla ole. Parannettavaa kuitenkin löytyy aina. Asiakkaat olivat vakuuttuneita, että asiakasrekisterin laatiminen on kannattavaa, joten selkeästi myös Event Starsilla on osattu aistia, mikä osa-alue vaatisi erityisesti kehittämistä. Event Starsin arvot, työn asiantuntijuutta vaativa luonne ja laadunhallinnan parantaminen huomioon ottaen asiakkaat täytyy tuntea erittäin hyvin. Kyselyssä tuli jonkin verran hajontaa siitä, kuinka hyvin tapahtumatalo tunnettiin ja asiakkaat näkivät yleisesti työntekijöiden vuokraamisen haittapuolena sen, etteivät vuokratyöntekijät ole yhtä hyvin sisällä yrityksen asioissa kuin omat työntekijät. Asiakas Z toi myös selkeästi esiin kehittämis ehdotuksena asiakkaan paremman tuntemuksen. Vaikka vuokratyöntekijän on ymmärrettävästi paljon hankalampi päästä yhtä sisälle yritykseen kuin vakituisen, voi tätä haittapuolta pyrkiä pienentämään mahdollisimman vähäiseksi paremmalla perehdyttämisellä ja asiakastuntemuksella. Sopeutuminen työhön sujuu paremmin ja nopeammin laadukkaan perehdyttämisen avulla (Ketola 2010, 70). Event Starsin ja vuokratyöntekijöiden tapauksessa erityisesti asiakasrekisteri olisi tarvittava parannus kyseiseen tilanteeseen.

Sähköisesti ja puhelimitse tapahtunut perehdyttäminen oli koettu hyväksi keinoksi tuottajien mielestä. Kaikkien tuottajien kasvotusten perehdyttämiseen ei ole resursseja eikä sitä koettu tarpeelliseksi, joten sähköinen asiakasrekisteri vastaa tarpeita. Koska tuottajiin luotetaan eikä perehdyttämismateriaalin opettelusta haluta vahtia, vastuu jää tuottajalle itselleen. Kuten muillakin Event Starsin keikoilla, kuittauksen pyytäminen perehdyttämismateriaaleihin tutustumisen jälkeen on kuitenkin oleellista.

Tapahtumatalojen kommenttien sekä tapahtumatuottajien kyselyvastauksien perusteella on siis pääteltävissä, että tapahtumatuottajilla on osaamista ja pätevyyttä, mutta toki niitäkin voi ja tulee aina kehittää. Työntekijät, jotka haluavat oppia jatkuvasti uutta ja kehittävät ammatillista osaamistaan, ovat haluttuja nyt ja tulevaisuudessa (Ketola 2010). Tuottajat ovat toimineet Event Starsin arvojen mukaisesti, mikä oli huomattavissa asiakkaiden kommentteista asiakaspalvelu-

keskeisyyteen liittyen. Tähän voi toki vaikuttaa se, että tuotantoja ovat tehneet tähän mennessä eniten Event Starsin vakituiset työntekijät. He ovat ymmärrettävästi paremmin tietoisia Event Starsin arvoista, kun muut tuottajapoolilaiset. Jotta tuottajat jatkossakin, ja erityisesti uudet tuottajat tuottajapoolista, välittävät asiakkaille sellaista kuvaa, johon Event Stars pyrkii eli ammattitaitoisuutta, luotamusta ja can do -asennetta, tulisi perehdyttämisessä käydä selkeästi läpi myös Event Starsin arvot. Jo haastattellessa uusia tulokkaita tuottajapooliin tulee pohtia, onko tapahtumatuottaja tarpeeksi pätevä ja sopiiko työntekijä Event Starsin arvoihin. Tärkeitä ominaisuuksia ovat ratkaisukeskeisyys, asiakaskeisyys, oma-aloitteisuus, hyvä maalaisjärki ja paineensietokyky sekä nopea reagointikyky. Tuottajan tulee pystyä itsenäisesti ja luovasti hoitamaan tehtäviä, tuntea ammattikenttä, tietää kumppaneita, joilta hankkia eri osia tapahtumaan, ymmärtää kokonaisuuksia sekä tietää vastualueensa. (Asiakas X, Y & Z, 2018.) Jos henkilöllä ei ole mitään kyseisiä ominaisuuksia, pelkästään työntekijän perehdyttäminen ei auta tekemään hänestä sopivaa tuottajaa Event Starsille ja heidän asiakkailleen. Tiedot, taidot, kokemus, arvot ja asenteet kaikki vaikuttavat osaamiseen (Kauhanen 2010).

Yksi tärkeimmistä syistä, minkä takia tapahtumatalot vuokraavat Event Starsilta työvoimaa, on mahdollisuus saada erilaista osaamista käyttöönsä. Tapahtumataloilla on erilaisia asiakkaita ja tuotantoja ja osa tuotannoista vaatii erilaista osaamista kuin toinen. Näin ollen tuottajapoolista tulee löytyä tuottajia, joilla on erityylistä osaamista, jotta tapahtumatalojen on edelleen järkevää vuokrata tapahtumatuottajia Event Starsilta. Osaamattomuus näkyy laadussa ja vaikuttaa nopeasti yrityksen toimintaan (Viitala 2003, 10). Esiin nousi parempi teknisen tuotannon osaaminen, kun selvitin, missä on vielä parantamisen varaa. Myös tapahtumatuotantokentän tuntemus voisi olla parempaa.

Koska Event Stars käyttää tuottajista muun muassa sanoja superstara, ammattilainen ja luotettava, tulisi kyseisten henkilöiden olla tätä koko tuotannon ajan. Asiakkaat odottavat saavansa sitä, mitä heille on luvattu. Ennen tuotannon aloittamista tulisi siis varmistaa, että kyseinen henkilö pystyy toimimaan sen mukaisesti. Niidenkin tuottajien, jotka eivät ole tehneet paljon tuotantoja pitäisi tuntea itsensä itsevarmoiksi ja pystyä suoriutumaan tehtävistä itsenäisesti. Tätä voidaan edesauttaa tarjoamalla mahdollisimman paljon tietoa ja työkaluja tuotan-

non hoitamiseksi. Yhdeltä asiakkaalta tuli ehdotus, että jokaisella olisi hyvä olla oma tuotannon työkalu. Jos tuottajalla ei ole ennestään omaa, voisi Event Starsilla olla saatavilla esimerkiksi mallipohjia tuotannon eri tilanteisiin ja tarpeisiin, jotka voisi tulostaa tuotantoa varten.

Perehdyttämisprosessia pitäisi selkeyttää ja saada kattavammaksi samalla niin, että se on mahdollista toteuttaa nopealla aikataululla eikä asioita jää mainitsematta. Kerralla ei pitäisi kuitenkaan antaa liikaa infoa. Tähän auttaa osittain se, että on valmiina olemassa perehdyttämisaineistoa sekä perehdyttämisen jakaminen kahteen osaan. Kun Event Starsilla selviää, kuka on lähdössä tuottamaan uutta tilaajalta tullutta projektia, tuottajan tulisi etukäteen päästä tutustumaan kyseiseen asiakkaaseen valmiin aineiston pohjalta. Lisäksi riippuen siitä, kuinka lyhyellä varoitusaajalla projekti on tullut, saisi tuottaja vielä perehdytyksen toisen osion, jossa on yleisiä asioita tuotannosta ja kaikki muut asiat, jotka hänen tarvitsee tietää tuotannon tekemiseksi. Näistäkin tulisi olla valmis pohja, joka voidaan pienin muokkauksia lähettää tuottajalle tai perehdyttää puhelimitse. Lisäksi tuottajalla pitää olla mahdollisuus vielä kysyä ja selvittää Event Starsilta mahdollisia askarruttavia kysymyksiä. Kun on kyse valmiista aineistoista, jotka lähetetään suoraan tuottajalle, tulee Event Starsilla tällöin olla henkilö, joka on vastuussa materiaalin päivittämisestä. Asiakasrekisterin kanssa pitää olla tarkka, ettei tieto ole vanhentunutta ja väärää (Asiakas Y, 2018).

Verkostoituminen, kannustus ja tuki ovat tärkeitä tekijöitä, jotka vaikuttavat perehdyttämisen onnistumiseen (Ketola 2010, 116–117). Koska tuottajat eivät ole paljonkaan tekemisissä toistensa kanssa, olisi tärkeää, että heillä olisi mahdollisuus vaihtaa siitä huolimatta kokemuksia ja vinkkejä esimerkiksi keskustelupalustan kautta. Vaikka tuotannot tehdään pääasiassa itsenäisesti ja yksin, täytyy tuottajilla olla tunne, etteivät he lopulta ole asioiden kanssa yksin vaan heillä on muita tuottajia tukena samanlaisissa tilanteissa. Se luo varmuutta työntekoon ja turvaa, kun aloittaa työt vieraassa yrityksessä. Verkostoituminen ja keskustelupalstat parantavat myös hiljaisen tiedon siirtymistä tuottajalta toiselle (mt., 99–101).

Laadunhallintaan kuuluu olennaisena osana, että palveluista kerätään palaute-tietoja, tietoja analysoidaan ja sen pohjalta kehitetään palveluita (Pesonen

2007, 52). Palautejärjestelmä tulisi suunnitella, koska sellaista ei ole ollut ainaakaan jatkuvasti käytössä. Tapahtumatuottajat eivät myöskään kokeneet palautteenannosta olleen hyötyä eli todennäköisesti he eivät ole tietoisia, onko Event Stars ottanut palautteet huomioon ja tehneet toimenpiteitä tuloksien perusteella. Jatkuvassa laadunhallinnassa palautejärjestelmä on ehdoton ja perehdyttämisen onnistumisen takaamiseksi sen seuranta on tärkeää. Palautetta on tärkeää saada niin tuottajalta kuin tapahtumatalolta, jotta Event Stars tietää, miten tuotanto todellisuudessa meni molempien osapuolien näkökulmasta. Palautteista ja mahdollisista muutoksista tulee viestiä työntekijöille ja tapahtumataloille, jotta he pysyvät ajan tasalla muutoksista, tietävät palautteilla olevan merkitystä, ja että niiden perusteella pyritään perehdyttämistä ja laadunhallintaa koko ajan parantamaan. On tärkeää, että laadunhallinta näkyy yrityksessä ja sille on annettu tarpeeksi resursseja (Lecklin 2006).

Event Stars on solminut salassapitosopimukset kaikkien tuottajiensa kanssa. (Säilä 2018). Asiakkaiden suunnalta ei tullut tarkkoja määräyksiä, miten asiakasrekisterin tiedot tulisi heidän mielestä suojata. Monesti luotettiin tuottajiin, etteivät he levittele asioita. Yhtenä haittapuolena ulkopuolisissa tuottajissa nähtiin kuitenkin se, että heille saattaa tuotannon edetessä paljastua arkaluontoista materiaalia. Tietoturvasta ja -suojausta huolehtiminen on tärkeä osa, kun rakennetaan luottamusta asiakkaaseen sekä hallitaan laatua. Asiakkaan tietojen huolellisella suojaamisella yritys rakentaa luottamusta ja saa etua kilpailijaan, joka ei huolehdi tietojen suojaamisesta. (Salminen 2009, 21.) Asiakasrekisterin suojaamisessa tulisi ottaa huomioon, että kenen tahansa ei pitäisi päästä käsiksi rekisteriin, eikä kirjautuessa pitäisi pystyä näkemään muiden yrityksen tietoja kuin sen, jonka tuotantoa on tekemässä. Lisäksi vain ennalta määritellyllä henkilöllä Event Starsissa pitäisi olla oikeus muokata tietoja, jotta tietojen eheys säilyy. Uuden tietosuojasetuksen takia tulee myös tehdä toimenpiteitä, kuten olla läpinäkyvämpi siinä, miten tietoja käsitellään, laittaa rekisteriseloste kuntoon sekä pyytää asiakkailta suostumus ja antaa mahdollisuus poistattaa tiedot rekisteristä.

Sillä, että sama tuottaja on ollut useampaan otteeseen tekemässä tietyn asiakkaan tuotannon, on ollut myös ilmeisimmin positiivisia vaikutuksia, joten siihen pyrkiminen jatkossakin sekä vähentää perehdyttämisen tarvetta että luo asiak-

kaalle luottavaisemman olon. Asiakas tuntee jo tuottajan, joten häneen voi luottaa. Tilanne on asiakkaalle helpompi, kun kaikkea ei tarvitse aloittaa uuden henkilön kanssa alusta. Toki, kun tuotannossa tarvitaan erityisosaamista, tulee tuotantoon palkata sellainen henkilö, jolla sitä on.

Perehdyttämisen tavoitteellisuus, prosessin suunnitelmallisuus, selkeä perehdyttämistyön ja vastuiden jako organisaation sisällä, toimiva vuorovaikutus, verkostoituminen, kannustus ja tuki sekä seuranta, jotka ovat Ketolan (2010, 116–117) mainitseman seitsemän perehdyttämisen osatekijää, on kaikki huomioitu Event Starsin kehittämistarpeissa.

7.3 Yhteiskehittelyn analyysi

Palautelomakkeen pohjana käytin Kjelin & Kuusiston (2003) koostamaa lomaketta, joka on tarkoitettu perehdyttämisen tilanteen arvioimiseksi. Tein ensin oman kokemukseni ja tietopohjan perusteella Event Starsille sopivan lomakkeen ja muokkasin siitä samankaltaiset versiot sekä tuottajille että tapahtumataloille täytettäväksi. Yhteiskehittelyssä kävin lomakkeet läpi kahden Event Starsin tuottajan kanssa. Erityisen tärkeiksi kohdiksi lomakkeissa koettiin yleiset kysymykset perehdyttämisen onnistumisesta. Oliko perehdyttäminen aikataulutettu järkevästi, oliko kokonaisuudet olennaisia ja saiko tukea riittävästi. Kyseiset asiat nousivat esille myös aiemmin tärkeinä kehittämistarpeina Event Starsilla, joten nämä kohdat jätin ennalleen lopulliseen versioon. Lisäksi oleellisina asioina palautelomakkeessa koettiin tapahtumatalojen perehdyttämiseen liittyneet kysymykset, kuten tunsiko työntekijä yrityksen arvot, palvelut, asiakkaat ja heidän odotuksensa. Kumpikaan tuottajista ei kokenut, että tuotantoja tehdessä tulisi tarkasti tietää, minkälainen on tapahtumatalon tulevaisuudenkuva. He kokivat, että se ei vaikuta heidän työhönsä lyhytaikaisissa projekteissa merkittävästi, ja päätin myös oman kokemukseni perusteella jättää kysymyksen pois. Lomakkeesta oli kuitenkin tarkoitus tehdä tiivis ja helposti täytettävä.

Tuottajat nostivat keskustelussa esille myös yhden kysymyksen, jota ei listalla alun perin ollut. Kun tuottaja välitetään toiseen yritykseen töihin, on kaikille osapuolille tärkeää tietää antoiko tuottaja hyvän kuvan edustamastaan yrityksestä

niin omasta mielestään kuin tapahtumatalon mielestä, joten tämän nostin uutena kysymyksenä listalle. Lomakkeissa ei alun perin ollut yhtään avointa kohtaa, mutta tuottajilta tuli muutama oleellinen ehdotus avoimeksi kysymykseksi. Lisäsin lomakkeeseen kuitenkin vain kaksi avointa kysymystä, jotta se olisi edelleen helppo ja nopea täyttää. Yhteiskehittelyn jälkeen lisäsin vielä muutaman kysymyksen yleisesti tuotantoon liittyen, jotta sama lomake toimii myös projektien palautteena. Jokaisen projektin jälkeen riittää, että täyttää yhden lomakkeen. Tuottajat kommentoivat yleisesti, että lomakkeet vaikuttavat sopivilta Event Starsin perehdyttämisen ja tuotantojen onnistumisen arviointiin.

Asiakasrekisterin kokoamisessa käytin Kankaan (2003) listaamia perehdyttämisen kannalta oleellisia asioita. Myös asiakasrekisterin tapauksessa keräsin listasta tärkeitä asioita mukaan lomakkeeseen, jonka jälkeen lisäsin kohtia muun teoriapohjan ja oman kokemukseni perusteella. Lisäsin myös kohdat, jotka asiakkaat katsoivat tärkeiksi asioiksi mainita rekisterissä. Yhteiskehittelytapaamisessa tuottajien kanssa nousi keskustelua muun muassa keräämäni listauksen kattavuudesta. Listassa oli 25 kohdan lisäksi useita alakohtia, joten asiakasrekisteristä tulisi kohtalaisen pitkä. Jätin listalle kuitenkin osan kohdista, joita toinen tuottajista ehdotti karsittaviksi, jos rekisteristä haluaa tehdä hyvän ja tiiviin paketin. Tulin lopputulokseen, että tarvetta on enemmän kattavalle tietopakettile, koska ajatuksena oli, että tuottajat pääsevät mahdollisimman hyvin tapahtumatalon toimintaan sisälle. Rekisteristä voi kuitenkin tarvittaessa opiskella vain tärkeimmät asiat.

Lisäsin listalle tuotantoprosessin mallipohjan sekä budjettipohjan, jotka ovat tuottajalle erittäin tärkeitä työvälineitä. Osalla tapahtumataloista on tietyt pohjat käytössä, joita he haluavat käytettävän ja tuottajat nostivat esille, että se helpottaa kaikkien työtä, kun oikeat pohjat ovat valmiina rekisterissä saatavilla. Yhteiskehittelyn myötä listalta poistui kohdat henkilökuntaedut ja ergonomia. Tuottajat eivät kokeneet kyseisiä asioita tärkeiksi mainita juuri asiakasrekisterissä. Lyhytaikaisissa projekteissa asiat myös jäävät usein vähälle huomiolle. Erityisen tärkeinä asioina listauksessa nousivat esille muun muassa yrityksen liikeidea, historia, arvot, visio ja missio, sekä toimintatavat asiakkaiden kanssa ja käytännön työhön liittyvät asiat, joten ne jäivät ennalleen.

7.4 Toteuttamissuunnitelma

Jotta Event Stars voi lähteä kehittämään laatua mahdollisimman vaivattomasti, laadin toteuttamissuunnitelman, josta käy ilmi prosessissa tärkeimmiksi havaitut tekijät sekä kehittämiskohteet. Tärkeimmät kehittämiskohteet ovat asiakasrekisteri, palautejärjestelmä sekä tietoturva, joita käsittelen omissa kappaleissaan. Lisäksi tuon seuraavana esille kolme muuta tärkeäksi havaittua asiaa.

Yhtenä asiana tulisi huomioida, että tuottajapooliin tulee valita vain sellaiset henkilöt, jotka ovat päteviä ja sopivat ominaisuuksiltaan Event Starsin ja tapahtumatalo-asiakkaiden työntekijöiksi. Henkilön pätevyys, eli tieto, arviointikyky, valmiudet, yhteydet, kokemukset sekä itseluottamus, sitoutuminen ja motivaatio, tulee olla ammattilaisen tasolla tapahtumatuotannon saralla. Kun perehdyttämiseen on vähän resursseja ja asiakkaat edellyttävät ammattilaista, on tärkeää, että tuottajat ovat päteviä.

Toisena asiana on tarve hankkia lisää teknisen tuotannon osaamista. Henkilöstövuokrauksen yksi hyöty asiakkaiden mielestä on mahdollisuus saada erilaista osaamista käyttöön, mutta teknisen tuotannon osaajia ei oikeastaan ollut. Teknisen tuotannon osaamista voidaan toki lisätä esimerkiksi kaikille järjestettävällä yhteisellä koulutustilaisuudella. Pelkästään yksi koulutustilaisuus ei kuitenkaan tee henkilöstä heti pätevää teknisen tuotannon osaajaa vaan Event Stars voisi hakea tuottajapooliin kyseistä osaajaa erikseen. Jos asiakas tarvitsee vahvaa teknisen tuotannon osaamista, Event Starsilla olisi valmiina ainakin yksi henkilö, jota tarjota kyseiseen tehtävään.

Kolmantena kohtana nostan esille keskustelualustan, jolla tuottajat voivat jakaa kokemuksiaan, vinkkejään, kysyä mieltä askarruttavia kysymyksiä ja hakea tukea toisistaan, vaikka eivät työskentelisikään samalla työpaikalla. Tuottajapoolin tuottajat tekevät pitkälti tapahtumia, joissa on paljon samanlaisia piirteitä ja työskentelevät tuotannoissa, joissa on samanlaisia toimintatapoja, koska asiakkaatkin ovat toisinaan samoja. Tuottajat perehdyttävät samalla myös toisiaan. Alusta toimii lisäksi esimerkiksi hyvänä tiedostusalustana tuottajapoolilaisille. Sitä kautta myös Event Stars voi viestiä yhteisistä asioista. Erityisesti kokemat-

tomammalle tuottajalle keskustelualustasta voi olla paljon hyötyä. Sen kautta sopeutuu paremmin työyhteisöön, mikä vaikuttaa motivaatioon, jaksamiseen ja työhön sitoutumiseen (Kangas 2007). Toimiva vuorovaikutus, verkostoituminen, kannustus ja tuki on perehdyttämisen onnistumisen osatekijöitä (Ketola 2010, 116–117). Keskustelualustan käyttöohjeet:

1. Keskustelualueelle pääsemiseksi vaaditaan salasana, jotta sinne ei pääse kuka vaan.
2. Keskustelualueella ei saa jakaa tietoa, jotka kuuluvat salassapitosopimuksen piiriin. Näitä asioita ovat esimerkiksi tapahtumataloon, sen asiakkaaseen ja tuotantoon liittyvät arkaluontoiset tiedot.
3. Keskustelualueella voi kysyä kysymyksiä, jakaa kokemuksia, kertoa hyviä vinkkejä ja tukea toisia tuottajia.

7.4.1 Asiakasrekisteri

Asiakasrekisterin tarkoitus on auttaa työntekijöitä pääsemään paremmin perille yrityksen asioista ja asettumaan tapahtumatalon työntekijän asemaan. Tämän lisäksi asiakasrekisterin tehtävänä olisi tarjota tuottajalle ennakoon kyseisen yrityksen toimintamallit ja mallipohjia, joita hän voi käyttää hyödyksi tuotannossa. Perehdyttämisen tehtävänä on, että työntekijä pystyy mahdollisen nopeasti itsenäiseen työskentelyyn, johon juuri asiakasrekisteri pyrkii vaikuttamaan (Kangas 2007, 1; Viitala 2003, 259). Asiakasrekisterin yhteyteen tulee mallipohjia kuten budjetti-, aikataulu- ja to do -pohja, jotta tuottaja voi tulostaa ne ja hyödyntää niitä tuotannossa. Osa asioista saatetaan tehdä tapahtumatalossa tiettyjen toimintamallien mukaisesti, joten asiakasrekisterin kautta voi opetella jo kyseiset mallit. Asiakasrekisterin avulla infoa tulee paljon kerralla, mutta tuottaja voi opiskella materiaalin omaan tahtiin osiin jaettuna sekä tarkistaa ja opetella asioita rekisteristä vielä tuotannon aikanakin. Asiakasrekisterille on erittäin tärkeää, että se pidetään aina ajan tasalla ja erikseen tulee määrätä henkilö ylläpitämään sitä. Rekisterillä pystyttäisiin vaikuttamaan siihen, että välitettävät tuottajat toimivat yrityksen arvojen mukaisesti. Asiakasrekisteri on kattava tietopaketti asiakkaasta, mutta tarvittaessa sieltä voi lukea vain tärkeimmät osiot. Valmiin rekisterin avulla varmistuu siitä, että mitään tärkeää asiaa tapahtumataloon liittyen ei jää sanomatta. Kokemattomampikin tuottaja saa paremmat lähtökoh-

dat tutustumalla asiakkaan toimintatapoihin ja varmuutta asioiden hoitamiseen. Asiakasrekisteri on sähköisessä muodossa, mikä oli todettu tarpeeksi hyväksi tavaksi perehdyttämisessä.

1. Asiakasrekisterille määritetään vastaava henkilö, joka pitää rekisterin ajan tasalla ja huolehtii sen oikeanlaisesta käytöstä
2. Event Stars järjestää haastattelut kaikkien tapahtumatalojen kanssa, jotka vuokraavat heiltä tuottajia. Haastattelut tehdään asiakasrekisterin mallin pohjalta.
3. Asiakkailta selvitetään kaikki rekisterissä olevat asiat, jonka jälkeen ne kirjataan varsinaiseen rekisteriin Event Starsin järjestelmään.
4. Rekisterin koonnin jälkeen se hyväksytetään asiakkaalla ja tarvittaessa lisätään puuttuvia, haastattelun jälkeen mieleen tulleita asioita.
5. Kun kyseisen tapahtumatalon osuus on valmis, se pilotoidaan tuotannon yhteydessä.
6. Tuotantoon valittu tuottaja saa tapahtumatalon rekisterin käyttöönsä tuotannon ajaksi.
7. Tuotannon päätyttyä hän arvioi perehdyttämisen, rekisterin ja tuotannon palautelomakkeen ja suullisen keskustelun avulla.
8. Tämän jälkeen rekisteriin tehdään vielä tarvittavat muutokset, jonka jälkeen se voidaan ottaa käyttöön.
9. Asiakasrekisteriin pääsee vain salasanalla kirjautumalla.

- | | |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Liikeidea <ol style="list-style-type: none"> a. mitä b. kenelle c. miten d. tavoiteimago 2. Historia <ol style="list-style-type: none"> a. milloin perustettu b. kuka perustanut c. miksi perustettu d. tärkeimmät tapahtumat viime vuosina e. aiemmat caset 2. Henkilöstö <ol style="list-style-type: none"> a. nimet, titelit ja vastuualueet 3. Arvot 4. Visio ja missio 5. Strategia 6. Taloustilanne 7. Toimintakenttä <ol style="list-style-type: none"> a. kilpailijat b. hinnoittelu alalla 8. Tulevaisuuden näkymät 9. Asiakkaat <ol style="list-style-type: none"> a. yhdyshenkilöt ja vastuualueet b. asiakkaiden odotukset 10. Talon tavat <ol style="list-style-type: none"> a. tiedottaminen b. palaverit c. raha-asiat ja niistä puhuminen 11. Toimintatavat asiakkaiden kanssa <ol style="list-style-type: none"> a. sähköposti b. puhelin c. tapaamiset | <ol style="list-style-type: none"> 12. Valmiit toimintamallit <ol style="list-style-type: none"> a. tuotantoprosessin pohja b. budjettipohja 13. Työntekijän työ <ol style="list-style-type: none"> a. vastuualue b. työaika c. tauot d. ylityöt e. sairastuminen f. työntekijän ulkoinen olemus ja käytös 14. Oma työ <ol style="list-style-type: none"> a. suunnittelu b. tavoitteet c. laatu d. merkitys kokonaisuuteen e. tehtävän kehittäminen ja riskitekijät 15. Työtilat <ol style="list-style-type: none"> a. kulkureitit b. avaimet c. hälytykset d. järjestys e. pysäköinti 16. Laitteet <ol style="list-style-type: none"> a. puhelin b. tietokone c. tulostin 17. Järjestelmät 18. Työn arviointi ja palaute 19. Yhteystiedot <ol style="list-style-type: none"> a. tärkeät puhelinnumerot ja sähköpostit b. osoitteet 20. Luottamuksellisuus |
|---|--|

Kuva 1: Asiakasrekisteri (Kangas 2003, 32–35)

7.4.2 Asiakasrekisterin tietosuoja ja -turva

Asiakasrekisterissä voi olla paljon arkaluontoista asiaa, jonka ei tule levitä ulkopuolisille ihmisille. Tietosuojasta ja -turvasta huolehtiminen myös edistää luotamusta asiakkaisiin (Laakko 2017). Tietoturvan kaikkien kolmen perusperiaatteen tietojen luottamuksellisuuden, eheyden ja saatavuuden tulee täytyä myös asiakasrekisterissä. Lisäksi tietoturva edellyttää todentamisen, pääsynvalvonnan ja kiistämättömyyden toteutumista. (Järvinen 2002, 22–227.) Tiukentuneen tietosuojasetuksen takia rekisterinpitäjien tulee turvata rekisterien tiedot entistä tiukemmin isojen sanktioiden uhalla.

1. Kaikilta asiakkailta tulee pyytää suostumus tietojen käsittelyyn.
2. Kaikista rekistereistä on laadittava rekisteriseloste.
3. Asiakasrekisteriin pääsyyn vaaditaan salasana, jotta voidaan todentaa oikea henkilö ja säilyttää tietojen luottamuksellisuus.

4. Salasanat ovat vanhentuvia ja ne ovat voimassa vain projektin voimassaoloajan.
5. Salasanalla pääsee vain yhden asiakkaan tietoihin käsiksi.
6. Jokaisesta kirjautumisesta rekisteriin jää jälki lokitietoihin pääsynvalvonnan seuraamiseksi.
7. Rekisterille määrätään vastaava henkilö.
8. Rekisterin ylläpitämisestä vastaava tarkkailee lokikirjaa.
9. Rekisterin tietoja voi muokata vain rekisteristä vastaava henkilö, millä varmistetaan tietojen eheys.
10. Asiakkailla tulee olla mahdollisuus poistattaa tietonsa rekisteristä.

7.4.3 Palautejärjestelmä

Seuranta on yksi perehdyttämisen onnistumisen osatekijöistä (Ketola 2010, 116) ja edellytys jatkuvalla laadunhallinnalle. Tapahtumatalolta ja tuottajalta kerätyn palautteen avulla Event Stars pystyy arvioimaan, miten tuotanto meni ja esimerkiksi, onko tuottajan ja tapahtumatalon mielipiteissä tuotannon sujuvuudesta paljon eroavaisuuksia. Lisäksi palautelomake keskittyy myös perehdyttämisen onnistumisen arviointiin. Perehdyttämisellä on iso rooli Event Starsilla, joten sitä on erityisen tärkeä seurata ja kehittää jatkuvasti. Lomakkeen tuloksista on myös mahdollista arvioida, kuinka hyvin asiakasrekisteri toimii ja kuinka hyvin kyseinen tuottaja on omaksunut asiat.

1. Palautejärjestelmälle määritetään vastaava henkilö, joka pitää palautelomakkeen kysymykset ajan tasalla ja analysoi palautteiden tulokset
2. Palautelomakkeen täyttävät sekä tapahtumatalon tuotannosta vastannut henkilö että Event Starsin tapahtumatuottaja.
3. Lomake täytetään viikon sisällä tuotannon päättymisestä.
4. Palautteista vastaava henkilö käy palautteet läpi vertaillen tuottajan ja tapahtumatalon palautteita keskenään.
5. Jos palautteiden vastauksissa on selkeästi eroja tai kysymyksiin on vastattu olen täysin eri mieltä, eri mieltä tai en ole eri enkä samaa mieltä (vaihtoehdot 1, 2 ja 3), tulisi kyseisen kysymyksen kohdalla miettiä, mikä asiaan on voinut vaikuttaa ja mitä voidaan tehdä parantaakseen sitä.

6. Asiasta tulee tarvittaessa tehdä lisäselvitys ja kysyä lisätietoja tapahtumatalolta ja tuottajalta.
7. Seuraavaksi mietitään, mitä asialle voidaan tehdä ja tehdään mahdolliset toimenpiteet asian parantamiseksi.
8. Jos asia on merkittävä ja muutos isompi kuin esimerkiksi asiakasrekisterin päivittäminen, tulee asiasta tiedottaa tuottajapoolilaisille.

TYÖNTEKIJÄLLE

0= Ei liittynyt tähän tuotantoon, 1= Olen täysin eri mieltä, 3= En eri enkä samaa mieltä, 5= Olen täysin samaa mieltä

Ennen töiden aloitusta / Event Starsin perehdytys

1. Perehdytys oli aikataulutettu järkevällä tavalla	0	1	2	3	4	5
2. Perehdytys koostui olennaisista kokonaisuuksista	0	1	2	3	4	5
3. Perehdytys johdatti hyvin työtehtäviin	0	1	2	3	4	5
4. Sain riittävästi tukea	0	1	2	3	4	5
5. Minulla oli mahdollisuus keskustella riittävästi esimieheni kanssa	0	1	2	3	4	5

Asiakasrekisterin luettua

1. Tunsin hyvin yrityksen arvot	0	1	2	3	4	5
2. Tiesin, mitä arvot tarkoittavat omassa työssäni	0	1	2	3	4	5
3. Tiesin millainen työyhteisö on	0	1	2	3	4	5
4. Yrityksen strategia oli selkeä	0	1	2	3	4	5
5. Tiesin kuinka oman työn kautta pystyn edistämään yrityksen strategiaa	0	1	2	3	4	5
6. Olisin tarvittaessa pystynyt kertomaan yrityksen liiketoiminnasta	0	1	2	3	4	5
7. Minulle muodostui selkeä kuva yrityksen palveluista	0	1	2	3	4	5
8. Minulle muodostui selkeä kuva tapahtumatalon odotuksista	0	1	2	3	4	5
9. Minulle muodostui selkeä kuva asiakkaista ja heidän odotuksistaan	0	1	2	3	4	5
10. Koin saaneeni riittävästi tietoa organisaatiosta ja sen toimintatavoista	0	1	2	3	4	5

Ensimmäinen työviikko / tapahtumatalon perehdytys

1. Minut otettiin hyvin vastaan ensimmäisenä työpäivänä	0	1	2	3	4	5
2. Sain helposti itselleni työtilan ja tarvittavat työvälineet	0	1	2	3	4	5
3. Esimieheni oli selvästi valmistautunut tulooni	0	1	2	3	4	5
4. Minut perehdytettiin tuotantoon liittyviin asioihin heti aluksi	0	1	2	3	4	5

Työni

1. Työroolini ja tehtäväni kuvattiin selkeästi	0	1	2	3	4	5
2. Työni tavoitteista sovittiin selkeästi	0	1	2	3	4	5
3. Tiesin kuinka työssä onnistumistani mitataan	0	1	2	3	4	5
4. Tunsin hyvin vastualueeni	0	1	2	3	4	5
5. Tunsin hyvin työssä onnistumiseni kannalta kriittiset osa-alueet	0	1	2	3	4	5
6. Tiesin mistä asioista saan päättää itsenäisesti	0	1	2	3	4	5
7. Minulla oli selkeä käsitys siitä kuinka työni kiteytyy yrityksen toimintaan	0	1	2	3	4	5
8. Tiesin mitkä ovat keskeisiä vahvuuksiani työssä	0	1	2	3	4	5
9. Tiesin missä asioissa minun pitää kehittyä	0	1	2	3	4	5
10. Tiesin kenen puoleen voin kääntyä ongelmatilanteissa	0	1	2	3	4	5

Perehdyttäminen

1. Osasin käyttää työssäni tarvittavia tietojärjestelmiä, ohjelmia ja laitteita	0	1	2	3	4	5
2. Tunsin hyvin yrityksen viestintä- ja kokoustavat	0	1	2	3	4	5
3. Perehdyttäminen ei kahlinnut toimintaani liikaa	0	1	2	3	4	5
4. Olen tyytyväinen perehdyttämiseen	0	1	2	3	4	5

Tuotanto

1. Olen tyytyväinen lopputulokseen	0	1	2	3	4	5
2. Kaikki meni kuten oli alunperin suunniteltu	0	1	2	3	4	5
3. Hoidin oman vastualueeni hyvin	0	1	2	3	4	5
4. Edustin hyvin yritystä	0	1	2	3	4	5
5. Haasteita ei juurikaan ollut	0	1	2	3	4	5

Avoin kysymys

1. Mitä muuta olisi tarvinnut tietää?
2. Mitä muuta olisi voinut kehittää?

Kuva 2: Tapahtumatuottajan palautelomake, mukailen Kjelín & Kuusisto 2003

YRITYKSELLE

0= Ei liittynyt tähän tuotantoon, 1= Olen täysin eri mieltä, 3= En eri enkä samaa mieltä, 5= Olen täysin samaa mieltä

Organisaation arvot, visio ja strategia

1. Työntekijä tunsi hyvin yrityksen arvot	0	1	2	3	4	5
2. Työntekijä tiesi, mitä arvot tarkoittavat hänen työssään	0	1	2	3	4	5
3. Työntekijä tiesi millaiseen työyhteisöön tulee	0	1	2	3	4	5
4. Yrityksen strategia oli selkeästi työntekijän tiedossa	0	1	2	3	4	5
5. Työntekijä tiesi, kuinka oman työn kautta pystyi edistämään yrityksen strategiaa	0	1	2	3	4	5
6. Työntekijä olisi tarvittaessa pystynyt kertomaan yrityksen liiketoiminnasta	0	1	2	3	4	5
7. Työntekijälle muodostui selkeä kuva yrityksen palveluista	0	1	2	3	4	5
8. Työntekijälle muodostui selkeä kuva tapahtumatalon odotuksista	0	1	2	3	4	5
9. Työntekijälle muodostui selkeä kuva asiakkaista ja heidän odotuksista	0	1	2	3	4	5
10. Työntekijä koki saaneensa riittävästi tietoa organisaatiosta ja sen toimintatavoista	0	1	2	3	4	5

Ensimmäinen työviikko

1. Otimme työntekijän hyvin vastaan ensimmäisenä työpäivänä	0	1	2	3	4	5
2. Työntekijä sai itselleen työtilan ja tarvittavat työvälineet	0	1	2	3	4	5
3. Olimme valmistautuneet työntekijän tuloon	0	1	2	3	4	5
4. Työntekijä perehdytettiin tuotantoon liittyviin asioihin ensimmäisinä työpäivinä	0	1	2	3	4	5

Työ

1. Työrooli ja tehtävät kuvattiin selkeästi	0	1	2	3	4	5
2. Työn tavoitteista sovittiin selkeästi	0	1	2	3	4	5
3. Työntekijä tiesi kuinka työssä onnistumista mitataan	0	1	2	3	4	5
4. Työntekijä tunsi hyvin vastuualueensa	0	1	2	3	4	5
5. Työntekijä tunsi hyvin työssä onnistumisen kannalta kriittiset osa-alueet	0	1	2	3	4	5
6. Työntekijä tiesi mistä asioista sai päättää itsenäisesti	0	1	2	3	4	5
7. Työntekijällä oli selkeä käsitys siitä kuinka työ kiteytyy yrityksen toimintaan	0	1	2	3	4	5
8. Työntekijä tiesi mitkä ovat keskeisiä vahvuuksiaan työssä	0	1	2	3	4	5
9. Työntekijä tiesi missä asioissa hänen pitää kehittyä	0	1	2	3	4	5
10. Työntekijä tiesi kenen puoleen voikin kääntyä ongelmatilanteissa	0	1	2	3	4	5

Perehdyttäminen

1. Työntekijä osasi käyttää työssä tarvittavia tietojärjestelmiä, ohjelmia ja laitteita	0	1	2	3	4	5
2. Työntekijä tunsi hyvin yrityksen viestintä- ja kokoustavat	0	1	2	3	4	5
3. Perehdyttäminen ei kahlinnut toimintaa liikaa	0	1	2	3	4	5
4. Olen tyytyväinen perehdyttämiseen	0	1	2	3	4	5

Tuotanto

1. Olen tyytyväinen lopputulokseen	0	1	2	3	4	5
2. Kaikki meni kuten oli alunperin suunniteltu	0	1	2	3	4	5
3. Työntekijä hoiti hyvin oman vastuualueensa	0	1	2	3	4	5
4. Työntekijä edusti hyvin yritystämme	0	1	2	3	4	5
5. Haasteita ei juurikaan ollut	0	1	2	3	4	5

Avoin kysymys

1. Mitä muuta olisi tarvinnut tietää?
2. Mitä muuta olisi voinut kehittää?

Kuva 3: Tapahtumatalon palautelomake, mukaillen Kjelin & Kuusisto 2003

8 YHTEENVETO

Event Starsilta, heidän asiakkailtaan sekä tapahtumatuottajilta tuli esiin tarve laadunhallinnan kehittämiseksi ja asiakasrekisterin sekä palautejärjestelmän luominen koettiin oleellisena osana tätä kehittämistyötä. Perehdyttäminen nähdään yrityksissä usein tärkeänä, mutta siihen ei laiteta riittävästi resursseja.

Event Starsin tilanteessa tulee aktiivisesti käydä keskusteluja asiakkaiden kanssa, jotta tiedetään, mitkä asiat erityisesti vaativat kehittämistä. Opinnäytetyön tuloksia ja lopputuotoksena syntyneitä asiakasrekisteriä ja palautejärjestelmää voivat hyödyntää vastaavanlaiset tapahtuma-alalla toimivat henkilöstöryitykset. Myös tapahtumatalot, jotka haluavat kehittää omien työntekijöiden perehdyttämistä, voivat soveltaa työn tuloksia.

Asiakasrekisterin ja palautejärjestelmän käyttöönoton jälkeen tulee edelleen jatkaa perehdyttämisen ja tuotantojen onnistumisen aktiivista seuraamista ja kehittämistä. Event Starsilla digitalisoituminen ohjaa tällä hetkellä tulevia kehitysprojekteja voimakkaasti. Esimerkiksi perehdyttämisprosessien muuttuminen digitalisaation myötä ja niiden kehittäminen tehokkaiksi olisi aihe, jota kannattaisi tutkia lisää.

LÄHTEET

Aaltonen, Satu & Hytti, Ulla & Lepistö, Tanja & Mäkitalo-Keinonen, Tiina 2016. Yhteiskehittäminen: kaikki siitä puhuu, mutta mitä se on ja miten siinä onnistua? Viitattu 14.4.2018

<http://www.utu.fi/fi/yksikot/tse/ajankohtaista/uutiset/Sivut/Yhteiskehittäminen-kaikki-siitä-puhuu,-mutta-mitä-se-on-ja-miten-siinä-onnistua.aspx>

Ahrnell, Britt-Marie & Nicou, Monica 1990. Osaamisen markkinointi. Asiantuntijayrityksen 7 avainta menestykseen. Helsinki: Weilin+Göös.

Andersson, Paul H. & Hiltunen, Kirsi & Villanen, Hannu 2004. Laatutoiminta suomalaisissa yrityksissä. Kauppa- ja teollisuusministeriö. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Event Stars 2017. Tapahtumastarat tapahtumiinne! Ei julkaistu.

Event Stars 2018a. Yrityksen arvot. Ei julkaistu.

Event Stars 2018b. Tähtiosaajamme palveluksessasi. Kotisivu. Viitattu 11.01.2018. <https://www.eventstars.fi/>

Event Stars 2018c. Tähtiosaajat tapahtumaasi. Kotisivu. Viitattu 15.04.2018. <https://www.eventstars.fi/>

Forssén, Minna-Kaarina 2017. Luottamus työelämässä on konkreettisia päätöksiä ja tekoja. Viitattu 21.3.2018. <http://www.hyvejohtajuus.fi/17200/luottamus-tyoelamassa-on-konkreettisia-paatoksia-ja-tekoja/>

Heinonen, Jaakko & Järvinen, Asko 1997. Henkilöstöasiat yrityksen menestystekijänä. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Henkilötietolaki 523/1999.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2008. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Jämsen, Ilona & Pakarinen, Siiri 2018. Event Starsin tapahtumatuottajat. 6.3.2018. Helsinki: Event Stars

Järvinen, Petteri 2002. Tietoturva & yksityisyys. 1. painos. Jyväskylä: Docendo Finland Oy.

Kangas, Pirkko 2003. Perehdyttäminen palvelualoilla. 3.painos. Helsinki: Työturvallisuuskeskus.

Kangas, Pirkko & Hämäläinen, Juha 2007. Perehdyttämisen suunnittelu ja toteutus. 1.painos. Helsinki: Työturvallisuuskeskus.

Kauhanen, Juhani 2010. Henkilöstövoimavarojen johtaminen. 10. painos. Helsinki: WSOYpro Oy.

Ketola, Hannu 2010. Tulokkaasta tuottavaksi asiantuntijaksi. Perehdyttäminen kehittämisen välineenä eräissä suomalaisissa tietoalan yrityksissä. Jyväskylä: University of Jyväskylä.

Kjelin, Eija & Kuusisto, Pia-Christina 2003. Tulokkaasta tuloksentekijäksi. Helsinki: Talentum.

Kontio, Satu 2017. Tietosuoja-asetus uudistuu - kiinnitä näihin 6 asiaan huomiota. Viitattu 5.5.2018.

<http://blogi.sysart.fi/tietosuoja-asetus-uudistuu-kiinnita-naihin-6-asiaan-huomiota>

Laakko, Harri 2017. EU:n tietosuoja-asetus koskee kaikkia yrityksiä – Aloita valmistautuminen viimeistään nyt. Viitattu 27.2.2018.

<https://www.yrittajat.fi/varsinais-suomen-yrittajat/a/uutiset/564916-eun-tietosuoja-asetus-koskee-kaikkia-yrityksia-aloita-valmistautuminen-viimeistaan>

Lecklin, Olli 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. 5. painos. Helsinki: Talentum.

Lehto, Anu-Tuija & Salonen, Annemarje 2018. Vuokratyöopas. Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry & Ammattiliitto Pro ry. Viitattu 26.1.2018. <http://www.vuokratyöopas.fi/>

Lepistö, Irma 2004. Työpaikkakouluttajan käsikirja. 2. painos. Helsinki: Työturvallisuuskeskus.

Lillrank, Paul 1998. Laatuajattelu. Laadun filosofia, tekniikka ja johtaminen tietoyhteiskunnassa. 1.-2. painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Lumijärvi, Ismo & Jylhäsaari, Jussi 1999. Laatujohtaminen ja julkinen sektori. Laadun ja tuloksen tasapaino johtamishaasteena. Helsinki: Gaudeamus. Yliopistokustannus.

Metropolia 2018. Yhteiskehittelyllä hyvinvointia. Viitattu 14.4.2018. http://www.ejulkaisu.fi/metropolia/yhteiskehittelylla_hyvinvointia/pdf/yhteiskehittely_esite-digipaper2.pdf

Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. painos. Helsinki: Sanoma Pro.

Pesonen, Herkko 2007. Laatua! Asiantuntijaorganisaation laatuopas. Helsinki: Infor Oy.

Salminen, Markus 2009. Tietosuoja sähköisessä liiketoiminnassa. Helsinki: Talentum Media Oy.

Sipilä, Jorma 1996. Asiantuntija ja johtaja, miten hallitsen nämä kaksi roolia? Porvoo: Weilin & Göös Oy.

Sport Troops 2018. Yritys. Viitattu 7.2.2018. <https://www.sporttroops.fi/yritys/>

Sähköisen viestinnän tietosuojalaki. 516/2004.

Säilä, Nea 2017. Opinnäytetyöpalaveri. Helsinki: Event Stars. 27.10.2017.

Säilä, Nea 2018. Opinnäytetyöpalaveri. Helsinki: Event Stars. 6.3.2018.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2009. Ladullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Työturvallisuuslaki 738/2002.

Vanhanen, Pekka 2018. Luottamuksellinen tieto. Kotisivu. Viitattu 23.3.2018.
<http://www.vanhanen.com/salassapito.html>.

Viitala, Riitta 2003. Henkilöstöjohtaminen. 2.-3. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Viitala, Riitta & Vettensaari, Minna & Mäkipelkola, Jutta 2006. Näkökulmia vuokratyöhön. Helsinki: Työministeriö.

LIITTEET

Haastattelurunko

1.Yritys:

2. Asema yrityksessä:

3. Mitä mieltä olette olleet aikaisemmista tuottajista, jotka ovat tulleet Event Starsilta?

4. Mitä odotatte tuottajilta (esimerkiksi laadun, toimivuuden, ammattimaisuuden, asiantuntemuksen, uskottavuuden, osaamisen ja yhteistyökyvyn suhteen)?

5. Ovatko aiemmat tuottajat täyttäneet odotukset tapahtumien osalta?

6. Missä osa-alueissa tuottajat ovat onnistuneet erityisen hyvin?

7. Onko jokin osa-alue, jossa toivoisitte parempaa osaamista?

8. Ovatko tapahtumat olleet onnistuneita?

9. Mitä hyötyä siitä on teidän mielestänne, että tuottajat tulevat henkilöstöyritykseltä? (Minkä takia te vuokraatte työvoimaa?)

10. Mitä haittaa siitä on teidän mielestänne, että tuottajat tulevat henkilöstöyritykseltä?

11.Ovatko tuottajat olleet mielestänne tarpeeksi hyvin perehdytetty tehtävään?

12. Minkälaista perehdyttämistä odotatte Event Starsilta?

13. Miksi perehdyttäminen on sinun mielestäsi tärkeää?

14. Onko teillä kokemusta perehdyttämisen epäonnistumisesta (perehdyttäjänä/perehdytettävänä/sivullisena)?

15. Millä tavoin perehdyttäminen toteutettiin tällöin?

16. Miten epäonnistunut perehdyttäminen ilmeni?

17. Mitä tuottajan tulisi tietää yrityksestänne ennen tuotantoon ryhtymistä?

18. Mitä tietotaitoa haluaisitte tuottajilla olevan?

19. Onko tullut esille muita asioita, joista töihin tulevan tuottajan olisi hyvä tietää enemmän?

20. Miten hoidatte tietosuoja-asiat tapauksissa, joissa jaatte tietoa yrityksistä yksittäisille tuottajille. (etteivät tiedot leviä tai jää tuottajalle projektin jälkeen)?

Kyselyrunko

Kysely Event Starsin tuottajille, jotka ovat tehneet jo tuotannon

1. Ikä
2. Koulutus
3. Tapahtuma-alan työkokemus (koskee työkokemusta tuottajana, tuotanto-koordinaattorina, tuotantoassistenttina, jonkin vastuualueen vastaavana)
 - a) Ei kokemusta
 - b) Alle 1 vuosi
 - c) 1 vuosi - alle 3 vuotta
 - d) 3 vuotta - alle 5 vuotta
 - e) 5 vuotta - alle 7 vuotta
 - f) Yli 7 vuotta
4. Oletko työskennellyt (valitse yksi tai useampi vaihtoehto)
 - a) Vastaavana tuottajana
 - b) Tuotantokoordinaattorina
 - c) Tuotantoassistenttina
 - d) Jonkin vastuualueen vastaavana
 - e) Muu:
5. Oletko työskennellyt freelancer-tuottajana Event Starsin lisäksi muissakin yrityksissä?
 - a) Olen
 - b) En ole
6. Kuinka monta tapahtumatuotantoa olet tehnyt Event Starsin kautta tapahtumataloille?
 - a) En yhtään
 - b) 1-2 tuotantoa
 - c) 3-4 tuotantoa
 - d) 5-6 tuotantoa
 - e) 7 tai yli 7 tuotantoa
 - f) Muu:
7. Minkälaisia tuotantoja olet tehnyt? (Esimerkiksi messuosaston, yritystapahtuman tai promootion tuotanto.)
8. Kuinka kauan viimeisin tuotantosi kesti?

9. Missä tuotannon vaiheessa olit pääasiallisesti mukana viimeisimmässä tuotannossasi? Valitse yksi tai useampi vaihtoehto.

- a) Ennakkotuotanto
- b) On sight -tuotanto
- c) Jälkituotanto
- d) Koko tuotanto

10. Mikä oli vastuualueesi ko. tuotannossa? Valitse yksi tai useampi vaihtoehto.

- a) Talous
- b) Aikataulu
- c) Markkinointi/viestintä
- d) Tekniikka
- e) Somistus
- f) Logistiikka
- g) Turvallisuus
- h) Rakennus/purku
- i) Muu:

11. Miten onnistuneeksi koit tapahtuman?

Ei onnistunut 1 2 3 4 5 Todella onnistunut

Perustele vastauksesi.

12. Miten laadukkaaksi koit tapahtuman?

Ei laadukas 1 2 3 4 5 Todella laadukas

Perustele vastauksesi.

13. Miten tuotanto vastasi odotuksiasi?

Ei vastannut 1 2 3 4 5 Vastasi todella hyvin

Perustele vastauksesi.

14. Minkälaisiksi koit työtehtäväsi tuotantoon liittyen?

Todella haastavia 1 2 3 4 5 Todella helppoja ja tuttuja

Perustele vastauksesi.

15. Onko jotain, mitä olisit voinut tehdä mielestäsi paremmin? Jos on, niin mitä?

16. Olisiko tähän voitu vaikuttaa perehdyttämisellä ja miten?

17. Miten tuotantoon perehdytettiin? Valitse yksi tai useampi vaihtoehto.

- a) Kasvotusten
- b) Sähköpostilla
- c) Puhelimitse
- d) Skypen kautta

e) WhatsAppilla

f) Muu:

18. Koitko perehdyttämisessä käytetyn menetelmän itsellesi sopivaksi tavaksi oppia asiat ja miksi?

19. Saitko mielestäsi tarpeeksi tietoa tapahtumatalosta?

En saanut yhtään 1 2 3 4 5 Kyllä, sain niin paljon kuin tarvitsinkin

20. Saitko mielestäsi tarpeeksi tietoa tapahtumatalon asiakkaasta, jolle teit projektia?

En saanut yhtään 1 2 3 4 5 Kyllä, sain niin paljon kuin tarvitsinkin

21. Saitko tarpeeksi tietoa tapahtumatalon toiminta-ajatuksista?

En saanut yhtään 1 2 3 4 5 Kyllä, sain niin paljon kuin tarvitsinkin

22. Saitko tarpeeksi tietoa tapahtumatalon arvoista?

En saanut yhtään 1 2 3 4 5 Kyllä, sain niin paljon kuin tarvitsinkin

23. Saitko tarpeeksi tietoa tapahtumatalon tavoista?

En saanut yhtään 1 2 3 4 5 Kyllä, sain niin paljon kuin tarvitsinkin

24. Saitko tarpeeksi tietoa itse työstä?

En saanut yhtään 1 2 3 4 5 Kyllä, sain niin paljon kuin tarvitsinkin

25. Saitko tarpeeksi tietoa työhön liittyvistä odotuksista?

En saanut yhtään 1 2 3 4 5 Kyllä, sain niin paljon kuin tarvitsinkin

26. Saitko mielestäsi kaiken olennaisen tiedon projektin tuottamiseksi?

En saanut yhtään 1 2 3 4 5 Kyllä, sain niin paljon kuin tarvitsinkin

27. Jos et saanut tarpeeksi tietoa edellisiin kysymyksiin liittyen, mitä olisit halunnut tietää?

28. Perehdytys oli:

Niukka, ja sen jälkeen jäi paljon kysymyksiä 1 2 3 4 5

Kokonaisvaltainen ja tyhjentävä

29. Saitko palautetta tuotannosta?

a) Kyllä sain

b) En saanut

30. Jos sait palautetta, koitko, että siitä oli hyötyä?

Ei ollut hyötyä 1 2 3 4 5 Oli paljonkin hyötyä

31. Oliko sinulla mahdollisuus antaa palautetta tuotannosta?

a) Kyllä oli

b) Ei ollut

32. Jos annoit palautetta, koitko, että siitä oli hyötyä?

Ei ollut hyötyä 1 2 3 4 5 Oli paljonkin hyötyä

33. Koitko, että osaamisestasi oli hyötyä projektissa?

Ei ollut yhtään hyötyä 1 2 3 4 5 Oli paljonkin hyötyä

34. Koitko, että olit tarpeeksi pätevä projektiin?

En ollut tarpeeksi pätevä 1 2 3 4 5 Olin tarpeeksi pätevä

35. Mitä tunteita koit aloittaessasi projektin? Valitse yksi tai useampi vaihtoehto.

- a) Itsevarmuus
- b) Ilo
- c) Ylpeys
- d) Innostuneisuus
- e) Toiveikkaus
- f) Kunnianhimo
- g) Onnistumisen halu
- h) Epäonnistuminen
- i) Turhautuminen
- j) Epävarmuus
- k) Yksinäisyys
- l) Luopuminen

36. Mitä tunteita koit projektin aikana? Valitse yksi tai useampi vaihtoehto.

- a) Itsevarmuus
- b) Ilo
- c) Ylpeys
- d) Innostuneisuus
- e) Toiveikkaus
- f) Kunnianhimo
- g) Onnistumisen halu
- h) Epäonnistuminen
- i) Turhautuminen
- j) Epävarmuus
- k) Yksinäisyys
- l) Luopuminen

37. Mitä tunteita koit päättäessäsi projektin? Valitse yksi tai useampi vaihtoehto.

- a) Itsevarmuus
- b) Ilo
- c) Ylpeys

- d) Innostuneisuus
- e) Toiveikkaus
- f) Kunnianhimo
- g) Onnistumisen halu
- h) Epäonnistuminen
- i) Turhautuminen
- j) Epävarmuus
- k) Yksinäisyys
- l) Luopuminen

38. Mainitse mielestäsi viisi tärkeintä asiaa, jotka tuottajan pitää tietää tapahtumatalosta ennen projektin aloittamista?

39. Muita kommentteja?

Kysely Event Starsin tuottajille, jotka eivät ole tehneet tuotantoja:

1. Ikä

2. Koulutus

3. Tapahtuma-alan työkokemus (koskee työkokemusta tuottajana, tuotantokoordinaattorina, tuotantoassistenttina, jonkin vastuualueen vastaavana)

- a) Ei kokemusta
- b) Alle 1 vuosi
- c) 1 vuosi - alle 3 vuotta
- d) 3 vuotta - alle 5 vuotta
- e) 5 vuotta - alle 7 vuotta
- f) Yli 7 vuotta

4. Oletko työskennellyt (valitse yksi tai useampi vaihtoehto)

- a) Vastaavana tuottajana
- b) Tuotantokoordinaattorina
- c) Tuotantoassistenttina
- d) Jonkin vastuualueen vastaavana
- e) Muu:

5. Oletko tehnyt aikaisemmin Event Starsille muita keikkoja esim promootioita?

- a) Olen
- b) En ole

6. Oletko työskennellyt freelancer-tuottajana Event Starsin lisäksi muissakin yrityksissä? a) Olen
b) En ole
7. Mitkä asiat saivat sinut hakeutumaan Event Starsin freelancer-tapahtumatuottajaksi?
8. Mitkä koet tärkeiksi asioiksi perehdyttämisessä?
9. Mainitse mielestäsi viisi tärkeintä asiaa, jotka sinun on hyvä tietää Event Starsin asiakkaasta (tapahtumatalo) ennen projektin aloittamista?